



RD-TECHNOLOGIES
РД-ТЕХНОЛОГИИ

ТЕРРИТОРИЯ ШЕЛКОГРАФИИ



Трафаретная печать на высокотехнологичном автоматическом оборудовании. Текстиль, готовые изделия, крой, трансфер. Разработка дизайна. Изготовление печатных форм.

Москва, Каширское шоссе, д. 9 стр. 2
226-1638 109-8614 988-82-57
746-6547 782-8253 факс: 988-82-47

www.rd-t.ru
email: rd-t@inbox.ru

содержание

слово редактора

4 *Право оно или нет, но это – мое Отечество*

ЛИЦОМ К ЛИЦУ

6 *Реквием по «Сенатору»*

НОВОСТИ

ВЫСТАВКИ

14 *Итоги премии «Золотая скрепка 2007»*

16 *Подарки. Весна 2007*

наша тема

традиционное

22 *PF Concept: на любой вкус*

24 *Легким движением руки...*

текстиль

30 *Время носить Stedman*

коллекции

32 *Красота, теплота, краски и форма*

33 *Фарфор. Сделано в России*

34 *Жизнь в центре внимания!*

36 *Millennium Gifts на выставке «Дизайн и реклама»*

технологии рекламы

40 *Сублимационная печать большого и малого формата*

41 *Все гениальное просто!*

42 *Мейлеры. Шквальный огонь вашей рекламы*

44 *Экономить вредно*

45 *Карнавал воздушных шаров*

46 *Сувениры – дело тонкое или как избежать стандартных ошибок*

экслюзив

49 *Порох для бизнес-сувениров*

50 *Наши мастера тоже чего-то да стоят*

51 *Богатейшее мастерство филиграни*

53 классификатор сувенирной продукции

69 классификатор рекламных услуг



«Сенатор» – колос на глиняных ногах

4



50

Калейдоскоп - не только игрушка и не только детям

Снова о ручках



24

№27

7 272007 23052007

Знакомьтесь: ежедневники с кристаллами Swarowski

34



www.leader.iapp.ru

NEW



32

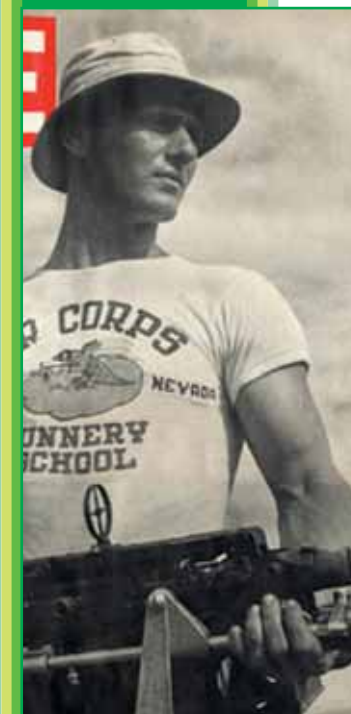
Какой может быть керамика



33

www.iapp.ru
www.profi.iapp.ru
www.class.iapp.ru
www.blaza.ru

наши ресурсы



30

Хороших футболок должно быть много

«ПРОФЕССИОНАЛ
рекламно-сувенирного бизнеса»
№27, 2007 г., (май)

Президент МАПП:
Лео Костылев
(info@finndesign.ru)

Редактор журнала:
Александра Сойту
(aleso@iapp.ru)

Художественный редактор:
Алексей Чачин
(alex@chachindesign.ru)

Корректор:
Марина Краюхина

Журналист:
Михаил Вишневский

Сотрудники МАПП:
Алла Алейникова,
Галина Дроздова,
Татьяна Улисова,
Валерия Сергеенко
Ольга Устимчук

Дизайн, верстка:
«Господин ПЕЧАТНИК»
чачинchachin_алексей
Александр Шашихин

Web-дизайн, фото:
Роман Пушкарь
(glintwine@inbox.ru)

Адрес редакции: 192007, Россия,
С-Петербург, ул. Днепропетровская, 65
Тел. +7 (812) 766-09-66, 766-68-90
Факс +7 (812) 766-09-77
E-mail: info@iapp-spb.org
Распространение: курьерская доставка по собственной базе данных.
Журнал в розничную продажу не поступает.
Подписка оформляется через редакцию

Информационная поддержка:
Радио «Эхо Москвы»
Печать: Типография «Цвет-Принт»
Роменская, 10. Тел.: (812) 336 92 12
Уст. тираж : 5000 экз.
Журнал выходит под эгидой МАПП

Издание зарегистрировано Северо-Западным окружным межрегиональным территориальным управлением Министерства РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций.
Свидетельство ПИ №2-6267 от 29 ноября 2002 г

Журнал распространяется всем членам МАПП бесплатно во все время членства в Ассоциации; Журнал участвует и распространяется на выставках в России:

Москва: ИПСА, РАППС, Экспопарк, Экспоцентр Санкт-Петербург – Ленэкспо, Рестэк, Принтэк, Евразия.

Пермь, Сочи, Казань, Красноярск, Архангельск, Ростов-на-Дону и других.

Журнал распространяется на выставках за пределами России – в Дюссельдорфе, Париже, Скандинавии;

Журнал рассылается по фирмам России, заявившим рекламно-сувенирную деятельность единственным или одним из родов своей деятельности;

Журнал будет получать также производственные фирмы, которые производят нанесения на рекламно-сувенирную продукцию, а также ассоциации и другие некоммерческие организации в сфере рекламно-сувенирного бизнеса и фирмы-организаторы выставок

рекламно-сувенирной продукции;

И иные заинтересованные лица.

Поставщиком базы данных рассылки является «Рекламный гид России».



ПРАВО ОНО ИЛИ НЕТ, НО ЭТО – МОЕ ОТЕЧЕСТВО

Обсудите статью на сайте www.profi.iapp-spb.org в разделе «Журнал», «Свежий номер».

Фраза из заголовка вполне могла бы стать лозунгом любой из современных политических партий России, если бы не одно обстоятельство: она, в ряду подобных «афоризмов», украшала собой ворота немецких концлагерей времен Третьего Рейха. Не российскими политиками придумано и то, что при смене демократического правления на какое-либо другое, народу взамен свободы предлагаются разными способами продукты повышения национального самосознания. Подчеркивание национальной исключительности, особенности пути развития или даже этнической уникальности, все это должно способствовать установлению в сознании картины «хорошего» Отечества и, соответственно, «хорошей» власти. Однако в России, как обычно, даже правильно начатое дело никто не доводит до его логичного конца. В этом отношении Германия, конечно, даст России сто очков вперед!

Беда современной России в том, что у нынешнего режима нет идеологической основы, нет личности, настолько могучей и могущей, которая могла бы повести российский народ хоть куда-нибудь, хоть в каком-нибудь направлении. А если такой идеи нет, то народ мельчает, перестает понимать значение своего существования, морально деградирует. Святое место, как известно, пустым не бывает, поэтому пустота идеологическая заполняется всяким мусором, вещами вторичными, как, например, усиленной заботой о собственном благосостоянии как высшей идеей своего земного пути. А поскольку Россия – страна бедная, то и этого благосостояния на всех не хватает, а хватает только на тех, кто успел ухватиться за

полу шинели нынешних правителей. И в очередной раз, история повторяет саму себя: российский правитель, который, может, и хочет сделать страну лучше, упирается в полнейшее непонимание своей же челяди, думающей лишь о наполнении утробы и заполнении собственных закромов. Такой итог видели и Иван Грозный, и Петр I, и Ельцин с Путиным, не говоря уже о других, бывших между ними. «Сами вельможи русского царя богатеют и в лени пребывают, а царство его в скудость приводят. Потому называются они слугами его, что прибывают на службу к нему в нарядах, на конях и с людьми, но за веру христианскую некрепко стоят и без отваги с врагом смертную игру ведут, так что богу лгут и государю» – писал Иван Пересветов в челобитной к Ивану Грозному, и почти слово в слово это можно повторить сегодня. Ни время, ни опыт не учат русского человека! Нынешний президент страны крестится в церкви на отпевании своего предшественника, а на Красной площади в Мавзолее продолжает вялиться труп правителя, который эти церкви уничтожил. А рядом с ним похоронены те, кто истреблял российский народ сотнями тысяч, в том числе, и за соблюдение христианских обрядов. Праздником Согласия объявлен день, который по легенде является днем изгнания из Москвы польских интервентов, пришедших туда, кстати, вследствие убийства законного наследника престола и вызванной этим событием грызне и смуте высших слоев российского общества в



борьбе за власть. Так с чем «согласия», позвольте спросить!

Никакое богатство, личное или общественное, не может заменить стране и ее народу идеи, ибо именно она является основой гармоничного существования человека. В отсутствии идеи разрушаются такие важные понятия как мораль, совесть, личная ответственность перед обществом. Наступает сезон вседозволенности и анархии. Страшно подумать о том, какими растут следующие поколения российских людей. У ныне еще живущих, по крайней мере, была идея построения коммунизма, эти же лишены и такой, пусть, химеры, но все же, идеологической.

«Сильно и прославленно и всем богато это царство Московское! А есть ли в этом царстве правда? – продолжает Пересветов. – Вера, государь, христианская добра, во всем совершенна, и красота церковная велика, а правды нет». А правды нет...

Президент МАПП,
Лео Костылев

РУЧКИ СО СКЛАДА ЗА ТРИ ДНЯ!!!



fd ФиннДизайн (Санкт-Петербург)
www.finn-design.ru
(812)766 09 25 (812)766 09 38
(812)766 09 29 (812)766 09 47

le Леон директ (Москва)
www.leondirect.ru
(495)79 69 100 (495)650 50 34
(495)506 41 99 (495)650 50 29



Ручки Senator, Klio и Salias, помеченные в наших каталогах этим знаком собираются на нашем производстве в Санкт-Петербурге в любых сочетаниях цветов с синей или черной пастой и постовляются со склада в Петербурге с нанесением в 1 цвет за 3 дня.

ENG

At the first glance, recent tendency to increase in the national self-appraisal in Russia could only please us. However, are things really that cheerful? Is it possible, that visible progress is only a way to disguise more serious problems, such as loosing our cultural wealth, or misunderstanding between people and their leaders? The author tries to find out.

РЕКВИЕМ ПО «СЕНАТОРУ»

Первоначально, два месяца назад, когда я задумывал эту статью, я дал ей рабочее название: «Кто демпирует цены на Senator». Однако, время неумолимо движется вперед, и ситуация меняется. К сожалению, для темы моей статьи, не в лучшую сторону.



Марка немецких пишущих инструментов Senator получила широкую известность в России в середине 90-х годов, когда в стране начал созреть спрос на бизнес-сувениры. Сразу несколько российских компаний начали активно сотрудничать с заводом-изготовителем, что через пару лет привело к тому, что немецкое предприятие решило объявить себя «генеральным» (не люблю этого пафоса, однако, в целях лаконичности буду вынужден употреблять термины мне лично не свойственные и не приятные) представителем на российском рынке, который с успехом и был выбран. Не имея большого опыта торговли на столь неразвитом рыночном пространстве как Россия, тогдашнее руководство завода, на мой взгляд, сразу же сделало ряд ошибок, поставивших их же самих в затруднительное положение. Например, Senator в Европе торгует своими изделиями как на рынке изделий для промоуши, так и на канцелярском рынке. Там, на Западе, рынки давно поделены и конкуренция настолько велика, что никому и в голову не пришло бы ринуться рогам вперед на рынок соседней отрасли, хоть даже и с теми же изделиями, которые на этом рынке пользуются популярностью. И дело здесь не только, и не столько в эфемерно-моральных принципах, сколько в простом расчете – проникновение на новые рыночные пространства требует вложений денег и времени, которое тоже исчисляется зарплатами сотрудников. Поэтому, целесообразность таких скачков может сказаться на показателях фирмы скорее негативно. К тому же, фирмам хватает дел и на своем участке деятельности... Совсем другое дело Россия, где рынок в те годы лишь зарождался, конкуренции не было (да и до сих пор нет), а зарплаты настолько низки, что каждый считал своей обязанностью лезть, куда только голова пролезает. Учитывая и то, что производительность труда в России не измеряется вообще никак, критерием для выдачи зарплаты является средняя зарплата по отрасли или по профессии, работники имеют возможность и даже поощряются своим руководством (таким же безграмотным в экономическом аспекте) действовать на собственное усмотрение. Никто не считает, сколько потрачено времени впустую на развитие заранее обреченного на провал проекта, в то время, когда могла бы выполняться вполне конкретная работа. Но, к делу!

В России образовались несколько поставщиков ручек Senator на «канцелярский» рынок плюс один-единственный официальный представитель по торговле ручками на рынок бизнес-сувениров. С этого момента началась отчаянная борьба за цены, ибо с первого момента существования такой системы, все участники ее стали торговать изделиями своего поставщика по принципу: «Мне наплевать кто ты и откуда, главное, чтобы ты купил у меня». Эта ситуация не могла не привести на край пеновой катастрофы, особенно в России, где вопрос цены и до сих пор является основным. Именно такая ситуация и сложилась к началу двухтысячных годов. Надо отдать должное мудрости и дальновидности руководителя фирмы-представителя

Senator на рынке бизнес-сувениров, который повел неустанную борьбу с демпингом цен, и всячески старался упорядочить положение с торговлей этой маркой. Так родился письменный договор, в котором устанавливались минимальные продажные цены на изделия Senator, и который подписывали ежегодно все те, кто официально покупал эти изделия на заводе.

Моя фирма в эти годы находилась под особым надзором со стороны как официального представителя в Москве, так и представителей завода, которые посещали меня дважды в год. На каждой встрече, кроме основных вопросов сотрудничества, обязательно обсуждались вопросы ценовой политики моей фирмы в России. Мы не всегда находили общий язык, ибо мои отношения с Senator носят особый характер в связи с тем, что я торгую их изделиями на двух рынках – в Финляндии и России, а также и потому, что уже семь лет мы сами собираем 11 моделей ручек на нашем российском производстве. Я не каждый раз мог убедить представителей Senator в том, что собранные на нашем производстве ручки могут и должны быть дешевле собранных в Германии, иначе в этом просто отсутствует смысл и разум. Однако я и сам понимал и понимаю, что слишком дешевыми эти товары просто быть не должны, ибо являются своеобразным Мерседесом пишущих инструментов Европы.

С большим сожалением я должен отметить, что все написанное выше уже принадлежит истории. Развитие марки в последние годы приобрело совсем не те черты, которые я хотел бы видеть. Не знаю, что повлияло на это – не очень удачная, и уж совсем несвоевременная покупка фирмы Rou Bill, или еще какие-то обстоятельства, однако, положение изменилось сначала сильно, а за последние несколько месяцев просто катастрофически. За последние два года из компаний уволились или были уволены практически все те, с кем было приятно и интересно работать, начиная с генерального директора. Новые люди мало знают об истории совместных отношений, да и вообще о самой торговой марке. Полтора года уже никто из представителей Senator не появлялся в нашем офисе, хотя мы по-прежнему являемся самым большим клиентом завода в Финляндии, и может быть даже в Скандинавии. Но не это главное...

Произошли не только изменения в составе работников завода и фирмы Senator, но и связанные, видимо, с этим из-



менения в пеновой политике. Я обратил внимание в этом году, что больше не могу конкурировать с московскими фирмами, мои цены больше не являются конкурентоспособными, а значит, продажи на российском рынке для меня практически закончились. «Ну и прекрасно!» – скажут те, кто продолжает продажи марки Senator на этом рынке, однако, на мой взгляд, ничего хорошего в этом нет. Мои цены остались на уровне прошлых лет, когда я продавал ручки наравне с моими московскими конкурентами. Теперь же, они предлагают любому позвонившему в их фирму, по крайней мере, 45% скидки с прайс-листа, который должен являться основой для продаж этих изделий. Купить Senator за «полцены» может кто угодно, в последний раз это сделал мой бывший сотрудник, который приобрел их как физическое лицо. Я не просто не хочу, но просто не могу себе позволить таких цен, ибо моя закупочная цена практически равняется тем ценам, которые предлагаются в Москве как цены продажи. Зачем Senator делает это? На этот вопрос я пытаюсь найти ответ уже два месяца. Думал сам, звонил тому, кто считает себя моим «региональным менеджером».

То, что Senator уже давно не производит свои изделия в Германии, знают все, кто хоть раз проезжал мимо завода, не говоря уже о тех, кто его посетил. Количество производственного оборудования в Гросс-Биберау может соответствовать, от силы, потребностям опытного производства, что, скорее всего, и является действительностью. Собственные заводы в Индии, теперь в Польше, и контрактные производства в Китае – вот основа производственной мощи, заявленной торговой маркой Senator в своих каталогах и рекламных материалах. (Немного жаль наивных руководителей фирм, которые на страницах конкурирующих изданий поют дифирамбы качеству «немецких» ручек Senator, обманутые рекламой и атмосферой строгой секретности в самой фирме, однако за наивность тоже кто-то должен платить). Пытается ли Senator такой ценовой политикой снизить давление конкуренции со стороны азиатских производителей подобных изделий? Но тогда это чрезвычайно глупо, ибо, с одной стороны, никто не может выдержать ценовой войны с Китаем, а, с другой стороны, такое снижение цен лишь «удешевляет» саму марку изделий Senator. Или так плохи дела у завода, что другой возможности как демпинг цен на собственные изделия просто не найдено новым



руководством? В таком случае, можно посоветовать руководителю фирмы Senator совершить экскурсию на заводы Daimler или BMW, которые, несмотря на не очень хорошие времена для себя, мужественно продолжают производить автомобили в Германии, и не стараются снизить их продажную стоимость до уровня корейских конкурентов. Или уж совсем близкий пример швейцарского завода Prodir, который не только декларирует производство ручек в Европе, но и делает так, изготавливая на своих четырех заводах великолепные образцы пишущих инструментов, как в части качества, так и дизайна. И не пытайтесь составить конкуренцию китайским дешевым ручкам.

Что же останется на руинах торговой марки Senator после того, как производство уже переведено в «дешевые» зоны, а цены на изделия сравниваются с индийскими или китайскими? Чем тогда торговая марка будет стимулировать свои продажи и чем будет отличаться от никому не известных брендов? На ручках уже несколько лет штампуются слово: «Germany» в том месте, где раньше стояло «Made in Germany». Слово «Германия» не означает ничего, и уж, во всяком случае, не имеет отношения к стране производства изделий, что знают и в Азии, где каждый производитель имеет полное право сделать на своих ручках штамп с названием любой страны: Германия, Россия, Финляндия, Австрия, Италия,.... Неужели в погоне за неясной целью, растворится труд нескольких поколений владельцев семейного бизнеса Senator, который в последние двадцать лет управлялся, на мой взгляд, гораздо более грамотно посторонним руководителем, чем теперь представителем семьи владельцев. Жаль не столько десятилетней истории моего взаимовыгодного сотрудничества с заводом, но, в первую очередь, жаль саму марку Senator, которую успел полюбить и привыкнуть к ее лаконичности в дизайне и немецкой практичности в использовании.

«Я не отвергаю идеалов, я только надеваю в их присутствии перчатки».
Ф.Ницше

Лео Костылев

ENG
Incompetent guidance and price discrimination of the business partners may lead company to loss in popularity among existing clients. That is what seems to happen to former powerful and respectful Senator firm, who recently was one of the main players on the high quality writing-materials market in Russia.

Новинки из Словении

LTD "FESTA" добавляет к своему списку производителей подарочной продукции еще одну компанию из Словении. С 1989 года "POT-Paper On Track" производит большой подарочный ассортимент: поздравительные открытки, фотоальбомы, подарочные пакеты и все для упаковки подарков. Большая часть продукции сделана вручную.

Товар находится на складе в Москве. Гибкая система скидок.

Обращайтесь, и мы сделаем Ваш праздник незабываемым!

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Рамки для фото".

LTD "FESTA", г. Москва



Фирма "Альфа-Дизайн" представляет новый каталог ежедневников "Коллекция ALFA-DESIGN 2007"

Коллекция включает в себя ежедневники, еженедельники, планинги, телефонные книги собственного производства. Большой выбор материалов европейского производства для обложек (полиуретан, шелк, кожа); классический (твердый) и спиральный переплет, обложки с хлястиком на кнопке или магните, итальянский кожаный переплет; белая и желтая бумага блока. Скругленные углы, разработанная специально для данной коллекции шрифтовая гарнитура Anteus задают неповторимый стиль. Широкий выбор дополнительных услуг и возможностей по персонализации.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Автосувениры" и в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике "Типография".

Фирма "Альфа-Дизайн", г. Москва



Цифра по цене офсета

Компания Deen.ru запустила в производство новую услугу по изготовлению представительской полиграфической продукции: печать фирменных бланков.

Мы добились того, что теперь наше оборудование позволяет печатать офсетные тиражи по срокам цифры, сохраняя цену офсета. Та же технология печати обеспечивает не только короткие сроки изготовления, но и высокое качество изображения.

Наша типография предлагает широкий выбор дизайнерских бумаг, что позволяет подчеркнуть индивидуальность продукции.

Комплект представительской продукции всегда можно дополнить: фирменными конвертами, визитками (сборные тиражи), приглашениями, папками, блокнотами, буклетами.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике "WEB-услуги".



Компания Deen.ru, г. Санкт-Петербург

Широкоформатная лазерная гравировка

Впервые в России компания АКОМТЕК представляет новую услугу по экспресс-нанесению широкоформатной лазерной гравировки на поверхность любого металла, камня, керамики, также пластика и кожи. Сама идея лазерной гравировки в России не нова, но возможность обработки металла и камня лазером на площади до 850x500 мм представляется впервые. Лазерный станок работает по принципу обычного плоттера с высоким разрешением, что значительно упрощает процесс любого нанесения и исключает ошибки и брак в работы.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике "Лазерная гравировка".

Компания "АКОМТЕК", г. Санкт-Петербург



Ниже цен не бывает!

Компания "Русские Национальные Традиции", расширяет ассортимент и снижает стоимость на товары до цен производителей. Мы рады сообщить об открытии нового портала в Интернете, посвященного сувенирам народно-художественного промысла. Новые возможности для клиентов:

- осуществлять закупки товаров по ценам производителей и в одном месте;
- выбирать из большого ассортимента или заказывать эксклюзивные подарки для друзей, бизнес-партнеров и любимых;
- высокое качество и индивидуальность изделий.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "VIP-подарки".

Компания "Русские Национальные Традиции", г. Санкт-Петербург



Промо-тумбы из панелей ORTOflex

Компания ООО "Геликон-С" (Gelikon) для проведения промо-акции Самарского филиала Балтийского Банка впервые использовала промо-тумбы из панелей ORTOflex.

"Услуга, которую мы позиционировали - финансовая, так что использование стандартных промо-стоек было исключено потому, что у потребителя уже сложилась устойчивая визуальная ассоциация стандартной промо-стойки с позиционированием определенного вида продуктов, например, пива или стирального порошка, - рассказывает заместитель директора ООО "Геликон-С" (Gelikon) Пыхтунова Лариса Валентиновна. - Тумбы из пластиковых панелей ORTOflex зарекомендовали себя как удобные и практичные промо-стоны для промоакций".

ООО "Геликон-С", г. Самара



Новое оборудование в отделе сувенирной продукции Альфа сувенир

Одно из основных направлений рекламного бизнеса - это изготовление различного вида нанесений на сувенирную продукцию.

С вводом в строй УФ-сушки формата А1 новые возможности производства теперь доступны нашим клиентам. Оборудование позволяет учесть все нюансы дизайна для выборочной и сплошной лакировки или использования красок на бумаге, пластике и полиэтилене.

Кроме того, мы занимаемся и тампоновой печатью, и шелкографией, и деколированием, и горячим тиснением. Ради клиентов www.alfa-suvenir.ru постоянно работает над тем, чтобы нанесение на сувенирную продукцию было качественным и недорогим, а уровень обслуживания клиентов - высоким. Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике "Нанесение методом тампопечати".

РК «Елена», отдел сувенирной продукции Альфа сувенир, г. Москва



Ламинирование больше не нужно!

В конце марта в компании Green LUX начал работать пятый широкоформатный плоттер. На этот раз был приобретен сольвентный плоттер японской фирмы Mimaki. Поставку и установку обеспечила компания GMP Санкт-Петербург. Данный плоттер позволяет производить печать на материалах без специального покрытия, изображения крайне стойки к воздействию влаги, поэтому нет необходимости их ламинировать. Плоттер используется для уличной и интерьерной печати и позволяет получать изображения с высочайшим разрешением до 1440 DPI. Также расширился список материалов, на которых компания Green LUX производит печать.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике "Мобильные выставочные системы".

Агентство выставочной печати "GreenLUX", г. Санкт-Петербург



Время носить Stedman

Ведущая европейская компания представляет на российском рынке свой новый бренд Stedman. Stedman - это высококачественные футболки, толстовки и рубашки-поло, разработанные с учетом многолетнего опыта производства одежды для презентационного рынка.

Бренду Stedman доверяют крупнейшие рекламные агентства и каталоги Центральной и Западной Европы, а вместе с ними тысячи заказчиков и миллионы конечных потребителей.

Промоушн-одежда от Stedman - это не только качественная платформа для всех типов нанесения рекламного изображения, но и просто удобная и стильная одежда. Если Вы хотите ознакомиться с продукцией Stedman, мы можем бесплатно выслать Вам образцы и каталоги.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной и канцелярской продукции, в рубрике "Футболки".

Hanesbrands Europe



Художественная мастерская Владислава К. - Аксенова

В Санкт-Петербурге открылась новая мастерская Владислава Копылова-Аксенова. Здесь царит дух творчества и креативности, кич и гламур, утонченность и грубость. Запах лака и краски.

Современную живопись молодых художников можно назвать творчеством без границ. В мастерской представлены работы современных художников в различных стилях и направлениях.

Мастерская всегда открыта для сотрудничества, как с молодыми, так и состоявшимися художниками. А также, художественная мастерская принимает участие в различных проектах и культурно-массовых мероприятиях, проводимых в Петербурге.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "VIP-подарки".

Мастерская Владислава К.- Аксенова, г. Санкт-Петербург



Елочные игрушки от Mister Christmas с блестящим напылением логотипа Только до 15 августа

Готовь сани летом...

В Mister Christmas разгар сезона индивидуальных заказов. Уже запущены в производство заказы ведущих российских компаний, еще весной решивших озаботиться вопросом создания фирменных новогодних коллекций. Тем, кто не успел оформить индивидуальный заказ, но все же хочет подготовиться к Новому году что-то оригинальное и особенное, Mister Christmas предлагает обратить внимание на елочные игрушки с блестящим напылением логотипа.

Сейчас, когда есть возможность сделать заказ без осенних ограничивающих факторов, клиентам Mister Christmas будет предоставлено максимум пространства для проявления фантазии.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе бизнес-сувениров и канцелярии, в рубрике "Сувениры Новогодние".

Mister Christmas, г. Москва



Королевский подарок

К наступающему сезону "ПОНИ" приготовила королевский подарок: новый способ персонализации ежедневников и деловой галантереи - изысканная виньетка (горячее тиснение), инкрустированная кристаллами.

В "ПОНИ" считают, что такие деловые аксессуары должны быть у каждой бизнес-леди! Отныне Ваш ежедневник или, например, визитница могут сверкать, переливаться и играть всеми цветами радуги. Мужчинам просто необходимо обратить на это внимание - теперь не придется ломать голову над тем, что же подарить современным хранительницам офисного очага.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике "Ежедневники".

ЗАО "ПОНИ", г. Санкт-Петербург



Лохнесс обучает

Рекламное агентство "Лохнесское Чудовище" приняло участие в выставке "САДОВО-ПАРКОВЫЙ ДИЗАЙН. ГОРОД И ЦВЕТЫ", которая проходила в ЛенЭкспо с 26 по 29 апреля. В рамках выставки проводились мастер-классы по керамике и гончарному делу. На выставке были заключены контракты по регулярному проведению мастер-классов на различных мероприятиях. На представленные мастер-классы и курсы могут попасть все желающие, заполнившие анкету на сайте агентства. Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Сувениры из керамики".

РА "Лохнесское Чудовище", г. Санкт-Петербург



Мы переехали!

В 2007 году компания «КОНТУР полимерные технологии» стала ближе к клиентам - теперь и офис, и производство находятся рядом с метро «Московские ворота». Несмотря на это, в ближайших планах нашей фирмы расширение услуги бесплатной доставки до уровня «любой заказ от двери до двери». Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике «Объемная полимерная этикетка».

«КОНТУР полимерные технологии», г. Санкт-Петербург



Новая коллекция корпоративной одежды

Компания "New Wave Group" представляет новую коллекцию корпоративной одежды "ВЕСНА-ЛЕТО 2007"! Мы предлагаем широкий ассортимент мужской и женской промо- и корпоративной одежды: футболки, рубашки-поло, классические рубашки, куртки, бейсболки и многое другое. Модные в этом сезоне цветовые решения, качество премиум, возможность нанесения логотипа и символики Вашей компании, современный дизайн одежды, рассчитанной для ежедневного использования, - все это поможет создать или укрепить корпоративный стиль Вашей организации! Ознакомьтесь с новой коллекцией и заказать каталог Вы можете на сайте компании. Ищите свой стиль? Мы предлагаем Вам новые идеи! Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубриках "Рубашки-поло" и "Футболки".

Компания "New Wave Group", г. Москва

Новинка! Монетница с подсветкой!

Компания НОЭКС начала поставлять на российский рынок монетницы с подсветкой. Верхняя часть монетницы со вспышками излучения изготовлена из стекла, нижняя из пластика, а также в нее входит контейнер, где расположено устройство подсветки. Механизм включения подсветки очень прост и эффективен. Под тяжестью монет, которые кладутся на поверхность, происходит замыкание контактов, через несколько секунд загораются светодиоды, подсвечивающие рекламируемый продукт или логотип. Монетницы имеют высокую устойчивость к царапинам. Рекламный носитель для данной модели - самоклеющаяся зеркальная наклейка (прозрачная пленка ORACAL), прикрепленная к нижней части стекла. На сегодня компания НОЭКС поставляет 4 вида таких монетниц. Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубриках "Сtereo-вариореклама", "POS-материалы".



Компания НОЭКС, г. Москва

Как сделать необычный праздник

Фирма "ЭДВЕНЧЕ", известный разработчик надувных фигур для праздников и промо-акций представляет Вам свою новинку - рекордный по своим размерам, надувной костюм-паровоз с вагончиками, общей длиной - 50 метров! Этот пневмокостюм, изготовленный для оформления карнавального шествия стал необычным достижением не только для нашей компании. В настоящее время оргкомитетом карнавала уже отправлена заявка в мировую "Книгу Рекордов Гиннеса". Пневмокостюм самостоятельно передвигается, а из его надувной паровозной трубы идет настоящий дым. Но главное - пневмокостюм является отличным рекламным носителем и впервые выйдет "на работу" в центр Петербурга на День города 26 мая, вместе со многими другими надувными конструкциями нашего производства. Контактную информацию о нашей фирме, Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике "Наружная реклама".

Рекламно-производственная фирма "ЭДВЕНЧЕ", г. Санкт-Петербург



НОВАЯ УПАКОВКА

Компания "ПОЛИФОРМ" предлагает новую подарочную упаковку из прозрачного пластика с евроотверстием. Габаритные размеры контейнера 265x110x35мм, конструкция: дно+крышка. Стоимость одного контейнера при тираже от 10000 штук составит 7 рублей, с учетом НДС. Данный вид упаковки обеспечивает полную защиту товара от механических повреждений. Кроме того, изделие в прозрачном пластиковом контейнере хорошо просматривается со всех сторон, а блистер придаст больше значимости и индивидуальности Вашему товару. Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "VIP-подарки".

Компания "ПОЛИФОРМ", г. Санкт-Петербург



Сувенирный сервис от компании LEXX Group

Компания LEXX Group объявляет о введении новой формы сотрудничества со своими партнерами - работа по принципу "сувенирного сервиса", при котором учитываются все этапы работы над сувенирной продукцией, проводится целенаправленный контроль, оперативно принимаются необходимые решения и выполняются соответствующие действия. В рамках "сувенирного сервиса" мы предлагаем: креативный сервис, производственный сервис, транспортно-логистический сервис, сервис по брендированию сувениров, финансовый сервис. Уверены, что именно таким образом осуществляется самая эффективная работа - всё честно, открыто, а, главное, есть возможность реально повлиять на результат! Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Бизнес-сувениры, оригинальные".

Компания LEXX Group, г. Москва



Новая продукция от Prodir

Бумага и ручка в неожиданном сочетании и новая форма коммуникации - как результат! Любовное послание и банальный лист покупок, небрежная записка и доведенная до совершенства анкета - творчество без границ - такова область применения нашей новой бумажной продукции. И в этом ее неоспоримое преимущество.

Мы уделяем особое внимание индивидуальным требованиям нашего заказчика. Наша цель - усиление воздействия персонализированных письменных принадлежностей на Вашего заказчика. То, чего нельзя было выразить на рекламной ручке может быть выражено теперь с легкостью с помощью наших инновационных изделий. Каталог, прайс-лист, блокнот попадут к Вам в компании уже знакомых и любимых ручек Prodir.

Примеры моделей:

- CS1 - базовая модель. Ручка, вставленная в герлы card, разработанные по индивидуальному дизайну;
- CS4 - пять индивидуально разработанных карт или постеров плюс ручки, вставленные в гильзу, идеально подобранные и персонализированные до мельчайших подробностей.

Контактную информацию о нашей компании смотрите на стр. 24.

РЕКЛАМА НА ФОТОАЛЬБОМАХ

С мая 2007 года наша компания при производстве корпоративных (брендированных) фотоальбомов предлагает не только стандартные пластиковые листы белого цвета, но и цветные страницы (голубой, зеленый и бордо). Собственная производственная база полного цикла позволяет нам выполнять Ваши заказы в минимальные сроки, а индивидуальный подход к каждому заказчику - залог успеха Вашей рекламной кампании. Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Фотоальбомы".

ООО "Универсал Фотос", г. Москва



"СИМВОЛИКА" Запускает знаки в космос!

Одно из изделий нашей компании стартовало на околоземную орбиту. Знак Военно-Медицинской Академии одним из первых, за последнее время, стал Космическим объектом такого типа. Наши возможности позволяют изготовить всё, от настольного флажка, до серьезного эксклюзивного сувенира. Это отличная возможность для неординарной мотивации персонала, юбилея, презентации и просто хорошего эксклюзивного сувенира с Вашей символикой, вид и форма которого никогда не повторится у Ваших партнеров и конкурентов. Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Медали".

Группа компаний ООО "СИМВОЛИКА", г. Санкт-Петербург



Вы хотите об этом поговорить?

В третий раз в рамках "Выставки Достижений Рекламного Хозяйства" состоится проект "Рекламный цех". В 2007 году проект пройдет в течение двух дней, что позволит рассмотреть в два раза больше вопросов и услышать больше докладчиков. Идея проекта остается неизменной: программа формируется из Ваших вопросов и тем, а также с помощью голосования за темы, которые для Вас наиболее важны. Также Вы можете выразить свое мнение относительно докладчиков и указать тех, с которыми Вам интересно было бы пообщаться в рамках проекта "Рекламный цех". До 20 мая на сайте выставки ВДРХ Вы можете проголосовать и зарегистрироваться, для того чтобы в дальнейшем получить информацию о результатах голосования и программу проекта. Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти на стр. 19.

ВДРХ, г. Санкт-Петербург

Новое направление в оформлении интерьеров

Коллекция earth friendly (звезды-светильники starlight, украшения, подсвечники и открытки эксклюзивного авторского дизайна) сочетает в себе оригинальность и функциональность, создавая атмосферу праздника и хорошее настроение при использовании в любых помещениях. Аксессуары этой коллекции являются новинкой на нашем рынке и могут стать замечательным подарком... Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Бизнес-сувениры оригинальные".

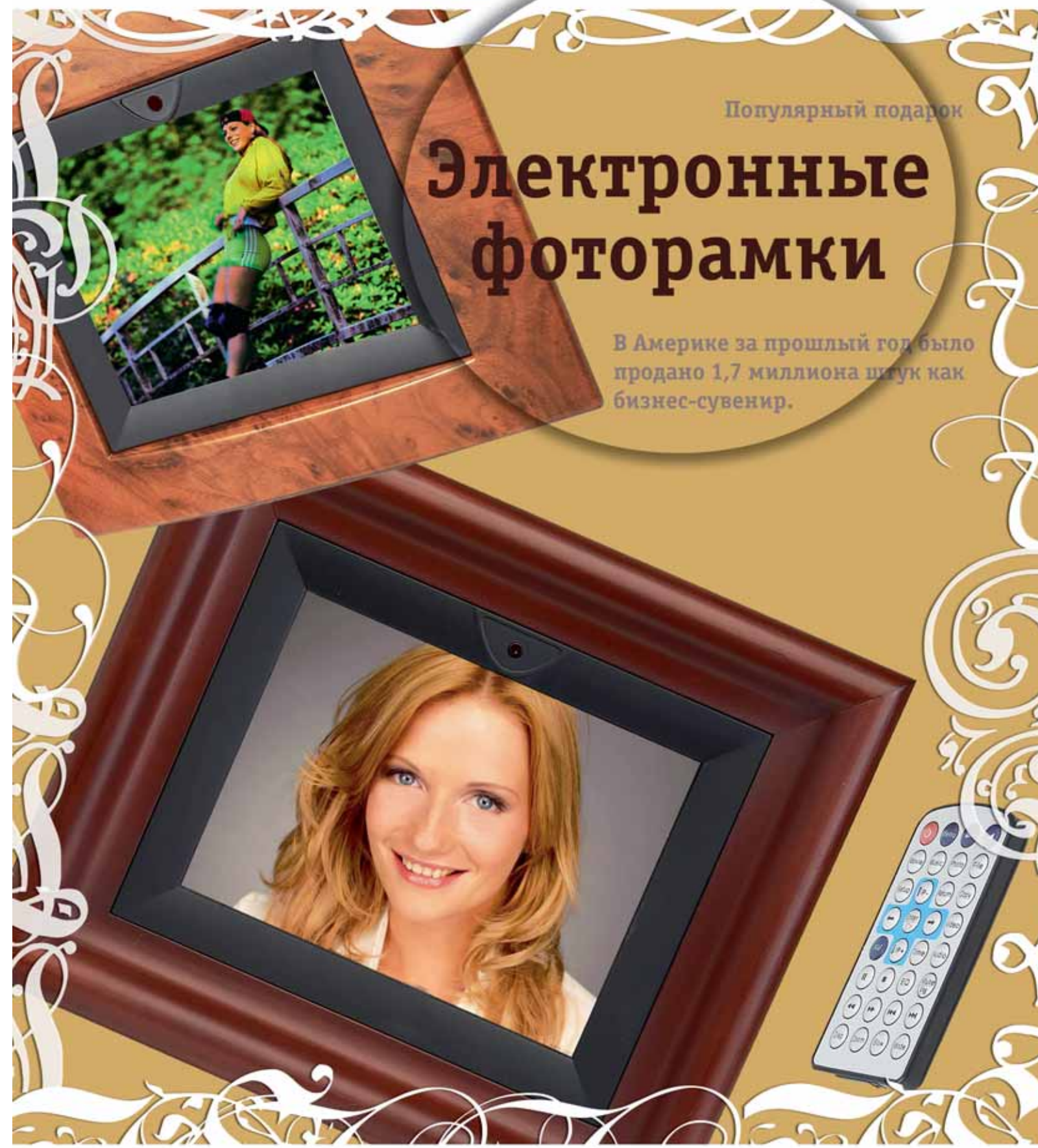
"РТО Лтд", г. Москва



Популярный подарок

Электронные фоторамки

В Америке за прошлый год было продано 1,7 миллиона штук как бизнес-сувенир.



Новые горизонты ELITE-line: Кемерово, Новокузнецк, Волгоград, Оренбург, Липецк

ELITE-line, крупнейший поставщик одежды для промо-акций в России, активно расширяет дилерскую сеть. ELITE-line стремится сотрудничать только с самыми передовыми и прогрессивными компаниями и агентствами, нацеленными на активное развитие и продвижение марки в своем регионе. Весной 2007 года новыми участниками проекта ELITE-line стали компания "Лико", базирующаяся в Кемерово и Новокузнецке, и рекламное агентство АРТ "Презент", которое будет представлять торговую марку в Волгограде. В скором времени продукция ELITE-line будет представлена в Липецке и Оренбурге. Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти на обложке журнала и в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Футболки".

ELIT-Line, г. Москва

Новая коллекция от Philip Laurence

Philip Laurence - известная швейцарская торговая марка - представляет новую коллекцию настольных аксессуаров для офиса и домашнего кабинета. В коллекцию входят наборы настольных принадлежностей из натуральной кожи. Функциональность настольных наборов Philip Laurence предусмотрена до мелочей - каждое изделие имеет практическое применение и организует пространство на рабочем месте. Наборы настольных аксессуаров Philip Laurence создают неповторимую атмосферу комфорта в рабочем пространстве.

Компания "Страна Подарков", г. Москва



Мобильные стенды - легкое решение....

Благодаря своим уникальным свойствам новые мобильные выставочные стенды из Китая активно завоевывают позиции практически во всех сферах бизнеса. Мобильные стенды позволяют легко и презентабельно показать себя на любом мероприятии: будь-то выставка, презентация, семинар, реклама нового продукта и т.д. На рынке мобильного оборудования в последнее время появляются новые производители из Китая, Европы и других стран, вытесняя своим достойным качеством и умеренной ценой одноразовых китайских и дорогостоящих европейских производителей. Каждый борется за своего клиента - кто качеством, кто ценой, кто ассортиментом, а у кого-то получается совместить все вместе. Контактную информацию нашей компании Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике "Мобильные выставочные системы".

Компания Таймэкс, г. Санкт-Петербург



Каталог "Русский элитный подарок"

Каталог "Русский элитный подарок" представляет новинку в модельном ряду подарочных наборов для пикника и охоты - наборы VIP-класса в кейсах из натуральной кожи серии "Герцог". В комплектацию набора включено всё, что необходимо для пикника и отдыха на природе. Для внутренней отделки набора используется натуральная кожа с изящной ручной росписью на охотничьи темы, изображениями диких зверей и птиц. Предлагаемые наборы разумно сочетают элегантность, красоту исполнения, функциональность и могут служить превосходным подарком для руководителя любого ранга. Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "VIP-подарки", "Наборы для пикника".

РА "АГАТ", г. Москва



"Млечный путь"

Наше производство освоило новую итальянскую технологию изготовления деревянных коробок. Семейство шкатулок из дерева под названием "Млечный путь" включает в себя серию "Хамелеон" и серию "Кашемир". Серия "Хамелеон" получила название из-за своей способности изменять цвета в зависимости от угла зрения на коробку. Серия "Кашемир", к которой прекрасно подходит фраза "скромное обаяние буржуазии", предназначена для дорогого, но неброского содержимого. Назначение коллекции: ювелирные изделия, дорогие модели сотовых телефонов, сувениры. Деревянные коробки ДЕКО Медиа очень выигрышно смотрятся по сравнению с обычными коробками из дерева. Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Упаковка подарочная и атрибуты к ней".

Компания "ДЕКО Медиа", г. Москва



Новая возможность реализовать мечты в металле

У каждого в жизни бывают памятные даты, воспоминания о которых хочется хранить вечно. Рождение, свадьба, получение диплома об окончании ВУЗа - эти моменты дороги и близки нам. Благодаря долговечности изображений, новая технология "металлография" как нельзя лучше подходит для воплощения изображений в металле... Диплом об окончании ВУЗа, выполненный данным методом, украсит стену дома или офиса и будет служить ярким свидетельством Вашей успешности. Красочный сертификат на рождение малыша послужит оригинальным подарком и будет радовать глаз долгое время... А реализовать Ваши мечты в металле поможет производственная компания "МеталлГраф". Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике "Нанесение многоцветного изображения на металле".

Компания "МеталлГраф", г. Санкт-Петербург



Леон Директ (Москва)
www.leondirect.ru
(495) 79-69-100, 650-50-29,
650-50-34, 506-41-99
moscow@leondirect.net



ФиннДизайн (Санкт-Петербург)
www.finndesign.ru
(812)766-09-29, 766-09-25,
766-09-38, 766-09-47
info@finndesign.ru

ИТОГИ ПРЕМИИ «ЗОЛОТАЯ СКРЕПКА 2007»

19 марта 2007 года в московском культурно-историческом комплексе «Суриков Холл» прошла Торжественная церемония награждения лауреатов Национальной премии рынка канцелярских и офисных товаров России «Золотая скрепка 2007», присуждаемой Ассоциацией Производителей и Поставщиков Канцелярских и Офисных товаров России (АПКОР).

Церемонии награждения лауреатов Премии открыли приветственные слова организаторов Премии в лице Председателя правления АПКОР Екатерины Пак и Генерального спонсора в лице директора по экспорту компании «Herlitz» Бригиты Аруцидис и менеджера по работе с ключевыми клиентами Сильвио Паушека.

В 10 номинациях были объявлены 35 лауреатов, которым ключевые фигуры канцелярского рынка вручили заветные награды: сам приз «Золотая скрепка», почетный Диплом лауреата Премии и шампанское с золотыми блестками в 23 карата от гостеприимного «Суриков Холла».

Награды лауреатам одной из главных номинаций – номинации «Лучшая национальная торговая компания» – вручены: компании «Офис-СПб» (в категории до \$ 30 000 000 годового оборота) из рук президента до \$ 30 000 000 годового оборота) из рук Председателя совета директоров компании «Пробюро» Евгения Кабанова. А компании «Бюрократ» (в категории более \$ 80 000 000 годового оборота) награда вручена представителем Генерального спонсора Премии – директором по экспорту компании «Herlitz» госпожой Бригитой Аруцидис и менеджером по работе с ключевыми клиентами Сильвио Паушеком.

Почетный приз в номинации «Личный вклад в развитие отрасли» вручен Владимиру Трифонову (генеральному директору компании «Офис-СПб») PR-директором компании «Комус» Алексеем Ищенко.

Производителями года названы компания «Хатбер» (в категории бумажно-беловых товаров), компания «Гамма» (в категории детских и школьных товаров), компания «Эссельте» (в категории канцелярских товаров для офиса), компания «International Paper» (в категории офисной бумаги). Заветные награды лауреатам вручал представитель спонсора этой номинации генеральный директор компании «Оскол-Пласт» Александр Дорофеев.

Брендом года признана торговая марка Erich Krause.

Компания «Mondi Business Paper» удостоена приза в номинации «Лучшие маркетинговые технологии».

Каталогами года признаны оптовый

каталог компании «А1» и корпоративный каталог компании «Прагматик Экспресс».

В номинации «Лучшее специализированное СМИ» журнал «Офис Файл» и портал Segment.ru награждены представителем спонсора этой номинации, компании «Рельеф-Центр», в лице генерального директора Александра Ручина.

В региональных номинациях призы присуждены следующим компаниям:

- В Центральном регионе: «Мэтр» (Воронеж).
- В Северо-Западном регионе: «Референт-Бюро» (Санкт-Петербург).
- В Приволжском регионе: «Алтэкс» (Нижний Новгород), «Апекс» (Самара).
- В Уральском регионе: «Канцбюро» (Челябинск), «ТД Горшков» (Екатеринбург).
- В Южном регионе: «РостовКанцОпт» (Ростов-на-Дону), «Авантрейд» (Краснодар).
- В Сибирском регионе: «F1» (Новосибирск) «Топ-книга» (Новосибирск).
- В Дальневосточном регионе: «Мирс» (Хабаровск) «Амикс» (Южно-Сахалинск).

Лауреаты Национальной премии «Золотая скрепка» по праву гордятся этой престижной наградой, подтверждающей высокое качество предоставляемых товаров и услуг, позволяющей ее обладателю с уверенностью заявлять о себе как о лидере рынка канцелярских и офисных товаров России и помогающей покупателям сориентироваться в выборе производителей и поставщиков товаров для офиса. Можно с уверенностью сказать, что «Золотая скрепка» стала для многих своего рода «знаком качества» в области канцелярских и офисных товаров.

АПКОР
<http://www.apkor.ru>,
e-mail: info@apkor.ru



7-я международная выставка КАНЦЕЛЯРСКИХ И ОФИСНЫХ ТОВАРОВ

СКРЕПКА-ЭКСПО ОФИСНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

**24-27 сентября
2007 года**

**в МВЦ «Крокус Экспо»
павильон №2, зал 10**

**прием заявок на участие
www.apkor.ru, expo@apkor.ru
телефоны: (495) 789 93 80
648 91 38**

ENG

An annual award for achievements in stationary and office wares production and supply business "Golden Clip 2007", established by the Russian Association of the Office Wares Manufacturers and Suppliers, took place on March 19th 2007. Winners in different categories have been declared. In the last few years "Golden Clip" became a symbol of the quality, and laureates have their reason to be proud about.

С 26 по 29 марта 2007 года в Москве, в Центральном Выставочном Зале «Манеж» прошла крупнейшая в Восточной Европе МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА «ПОДАРКИ. ВЕСНА 2007». На выставке были представлены салоны «ПОДАРКИ И СУВЕНИРЫ», «БИЖУТЕРИЯ И АКСЕССУАРЫ», «ЁЛОЧНЫЕ УКРАШЕНИЯ, НОВОГОДНЯЯ И ПРАЗДНИЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ», «ПОСУДА И ДЕКОР СТОЛА», «БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ И КОРПОРАТИВНЫЕ ПОДАРКИ».

Организатор выставки ООО «Подарки Экспо» / GIFTS EXPO Ltd.

В салоне «ПОДАРКИ И СУВЕНИРЫ» было представлено всё многообразие ассортимента подарочной продукции: подарки и сувениры, предметы интерьера, сувениры народов мира, народный промысел, изделия из кожи и жемчуга, открытки и многое другое. Представленная продукция стала отражением последних тенденций рынка подарков. Стремление к оригинальности, творческий подход при создании подарка, креатив – главные тенденции сезона. Утилитарность при этом отходит на задний план. Потребитель становится более избирательным и требовательным, отдавая предпочтение новинкам.

Салон «БИЖУТЕРИЯ И АКСЕССУАРЫ» представил вниманию посетителей широкий ассортимент модных аксессуаров, бижутерии, украшений, солнцезащитных очков. В данном сегменте были отмечены следующие тенденции: актуально сочетание золота и серебра, украшения и аксессуары из пластика (браслеты, серьги, сумки и т.д.), морская тематика в аксессуарах, разнообразные украшения в форме ягод и фруктов.

В салоне «ПОСУДА И ДЕКОР СТОЛА» было представлено всё многообразие ассортимента посуды, предметов сервировки и украшения стола. В новом сезоне в моде изделия из костяного фарфора и посуда в восточном, в частности японском, стиле. Из-за недостаточного присутствия на рынке российского производителя, отечественная продукция пользуется меньшим спросом.

В салоне «ЁЛОЧНЫЕ УКРАШЕНИЯ, НОВОГОДНЯЯ И ПРАЗДНИЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ» была предложена разнообразная новогодняя и праздничная продукция. Особым спросом пользовались оптико-волоконные ели, механические поющие игрушки, уличные гирлянды, а также елочные шары с ручной росписью и символы года.

Тематика салона «БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ И КОРПОРАТИВНЫЕ ПОДАРКИ» – бизнес-сувениры, пром-продукция, корпоративные VIP-подарки и сувениры, канцтовары, полиграфическая продукция, призы и награды и другое. И здесь была отмечена тенденция к эксклюзивности, индивидуальности бизнес-подарка. Пользуется спросом продукция индивидуального дизайна.

Общая площадь выставки составила 5606 м².
Экспозиционная площадь выставки составила 3700 м².

На выставке «ПОДАРКИ. ВЕСНА 2007» было представлено 282 экспонента. На выставке и в салонах приняли участие 31 иностранная компания из Германии, Франции, Италии, Нидерландов, Бельгии, Словакии, Чехии, Дании, ЮАР, Турции, Израиля, Тайваня, Гонконга, Китая, Индии, Украины, Беларуси.

На выставке «ПОДАРКИ. ВЕСНА 2007» было зарегистрировано 20 317 посетителей. А об успешности выставки свидетельствуют еще и показатели эффективности деловых контактов. 87% экспонентов довольны участием в выставке и готовы участвовать в следующей выставке «ПОДАРКИ. ОСЕНЬ 2007», которая пройдет одновременно на двух площадках.

Международная Специализированная Выставка «ПОДАРКИ. ОСЕНЬ 2007» будет проведена 25 – 28 сентября 2007 года в Выставочном Комплексе «ГОСТИНЫЙ ДВОР» и Центральном Выставочном Зале «МАНЕЖ» одновременно.

Удачные даты проведения выставки «ПОДАРКИ. ОСЕНЬ 2007» способствуют высокой эффективности деловых контактов, что соответствует основной концепции проекта. Около 700 компаний представят почти 2000 торговых марок со всего мира. Общая площадь выставки составит 23 000 м², экспозиционная площадь составит 11 000 м².

Подробная информация на сайте:
www.gifts-expo.com
E-mail: pr@gifts-expo.com
PR-менеджер Анна Пасечник
ООО «Подарки Экспо»

Тел. (495) 775-25-32, 126-68-14. Факс: (495) 126-01-60
г. Москва, 117036, Черемушкинский проезд, д. 5

ENG

GIFTS EXPO. SPRING 2007

Eastern Europe's Biggest International Specialized Trade Fair «GIFTS EXPO. SPRING 2007» was successfully held on the 26 – 29th of March in Moscow, in Manezh Exhibition Complex. The fair included the salons: «Gifts and Souvenirs», «Costume Jewellery and Accessories», «Christmas and Festive Decorations», «Houseware and Dining Decor» and «Business Souvenirs and Corporate Gifts». 282 companies were presented at «GIFTS EXPO. SPRING 2007» and 27 foreign companies among them.



Christmas Time

100 ДНЕЙ ДО НОВОГО ГОДА

10 Международная торговая ярмарка новогодней и праздничной индустрии

11 – 14 сентября 2007

Центральный Дом Художника

Организатор:

Компания «ЭКСПО-ПАРК Выставочные проекты»

Тел./факс: (495) 238 4500, 238 4785, 238 4552

E-mail: annalev@expopark.ru

<http://www.christmastime.ru>

INSTITUTE OF
PROFESSIONALS
IN SPECIALTY
ADVERTISING

IPSA[®]

рекламные
сувениры
осень
2007



12-я Специализированная Выставка Индустрии
Рекламных Сувениров, Бизнес-подарков
и Материалов для Промоушн

11 – 13 сентября 2007

Международный Выставочный Центр
«КРОКУС ЭКСПО»

Организатор:
ООО «ИПСА Рекламные Сувениры» (IPSA)
Департамент IPСА-EXPO

Координаты оргкомитета:
Россия, Москва, 123056, а/я 53
тел.: (495) 250 3010, 250 8678, 250 9276, 250 2257
факс: (495) 250 2648
www.ipsa-russia.ru



Спонсоры выставки

6-9 июня



ВЫСТАВКА

РЕКЛАМА И ДИЗАЙН



Россия, 664050, г. Иркутск,
ул. Байкальская, 253-а
тел.: (3952) 352-900, 352-239
факс: (3952) 358-223, 353-033
www.sibexpo.ru

ВЫСТАВКИ ЯРМАРКИ ПРЕЗЕНТАЦИИ ФОРУМЫ EXHIBITIONS FAIRS PRESENTATIONS FORUMS

SIBEXPO

CENTRE

VIII межрегиональный фестиваль рекламы

29 МАЯ - 1 ИЮНЯ
VIII межрегиональный
фестиваль рекламы

ИНФОРМ-ПРЕСС
выставка-презентация СБП

ИНТЕРПРИНТ
полиграфическая продукция

РЕКЛАМ-ЭКСПО
продукция и услуги рекламных агентств

ФОТО-ЭКСПО
фотопродукция, техника, оборудование, материалы

КЕМЕРОВСКИЙ
ЛЕГКОАТЛЕТИЧЕСКИЙ МАНЕЖ
ул. ВОРОШИЛОВА, 13 тел. 58-11-66

29 мая - 1 июня



Ведущая на Северо-Западе
Специализированная

Выставка Достижений Рекламного Хозяйства



Для экономного бюджета
— экономное участие за
599,2 €

4-6
сентября
2007 года

Санкт-Петербург
ВЦ «Михайловский Манеж»
Манежная пл., 2

Организатор: **РЕСТЭК**
ВЫСТАВОЧНОЕ
ОБЪЕДИНЕНИЕ

Оргкомитет выставки «В.Д.Р.Х.»
тел.: (812) 303-9862
факс: (812) 320-8090
e-mail: print@restec.ru

Информационная поддержка:





ПРОМЫШЛЕННАЯ КОМПАНИЯ
SANACO

ПРОИЗВОДСТВО И ПРОДАЖА:
детских школьных портфелей,
молодежных рюкзаков,
деловых сумок и портфелей,
спортивных сумок,
женских сумок,
дорожных сумок,
хозяйственных сумок.

Производство на заказ
с фирменной символикой клиента
Изготовление изделий под заказ,
разработка моделей в фирменном стиле,
Разработка логотипов и нанесение шелкографии

Центральный офис: Московская область,
г. Королев ул. Болдырева, д.3
Телефон: (495) 511-85-86, 511-89-56, 511-8353
sales@stn-korolev.ru www.sanaco.ru

г. Санкт-Петербург
ул. Садовая, 28-30
("Апраксин Двор", корп. 1, оф. 16)
Тел. (812) 327-20-15, 959-47-22

г. Киров г. Смоленск
ул. Некрасова, 42. ул. Крупской, 69/2.
Тел. (8332) 56-23-03, 64-48-00 Тел. (0812) 31-00-03



БИЗНЕС
сувениры
и подарки 2007

Специализированные выставки Ассоциации РАППС



Сувенирная эстафета

www.rapps.ru
(495) 785-25-62

Новосибирск
18-21 сентября
Театр «Глобус»

Санкт-Петербург
4-6 сентября
Михайловский манеж

Нижний Новгород
25-27 сентября
Торгово-промышленная палата

Москва
11-14 сентября
Центральный Дом художника

Екатеринбург
3-5 октября
Деловой информационно-выставочный центр

РЕКЛАМА ИНФОРМАЦИЯ

30 мая - 1 июня
МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

Реклама Информ-медиа

генеральный информационный спонсор
ЛАБОРАТОРИЯ РЕКЛАМЫ
информационная поддержка

РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ady/market.ru ТАРИФЫ publish MARKETING

AUGUSTBCRG индустрия рекламы ПРО 100 КАК ФАКТИКА РЕКЛАМА

REKLAMA И ПОЛИГРАФИЯ Практический маркетинг

Ленэкспо С.-Петербург
Россия, Санкт-Петербург,
Большой пр. В.О., 103
тел (812)321 2749, 321 2614
факс (812)321 2749
e-mail: prussova@mail.lenexpo.ru
internet: www.lenexpo.ru



MARKSMAN



Best in Town

BALMAIN PARIS

Centrix BAGS FOR ALL

ETC European Time Company

Slazenger



Paul Bocuse

trend line



CLIK CLAK

Crossing

LAGUIOLE

CASE LOGIC Life, Simplified.

DUNLOP

F. BOSCH MEDIZINTECHNIK GERMANY

PF Concept

THE GLOBAL GIFT COMPANY



Ул. Врубеля, д.12
Сокол Бизнес Центр №1
125080 Москва Россия
Тел.: (495) 9409192
Факс: (495) 9409193
Контактная информация:
Ричард Лариби, r.lariby@nl.pfconcept.com
Ирина Банникова, i.bannikova@nl.pfconcept.com
Татьяна Полетаева, t.poletaeva@nl.pfconcept.com
www.pfconcept.com

PF CONCEPT: НА ЛЮБОЙ ВКУС

Мы хотим представить Вам несколько известных европейских брендов, недавно появившихся на российском рынке бизнес-сувениров.

Но, прежде чем писать о них или скорее предоставить им слово, хочется сказать несколько общих фраз о российском рынке бизнес-сувениров эконом-класса в целом. До сих пор на нем были представлены в основном товары без имени, неизвестные и «берущие» главным образом своей ценой. Теперь есть альтернатива таким товарам. На нашем рынке бизнес-сувениров стала появляться продукция известнейших европейских марок, востребованных там и, главное, конкурентоспособных по ценам здесь. И мы считаем, что эта тенденция положительная, по крайней мере, в двух отношениях. Она означает то, что российские заказчики стали уделять больше внимания качеству товаров. И говорит о том, что рынок становится более гибким, более объемным, в нем появляется все больше вариантов для выбора.

Теперь на российском рынке бизнес-сувениров появляются не только сами товары, но и бренды – каждый со своей историей и стилем – на любой вкус.

F.Bosch

Компания F.Bosch основана почти сто лет назад, эта знаменитая марка прославилась, благодаря традиционному немецкому качеству и точности. Традиции и опыт компании в производстве медицинских инструментов являются надежной гарантией. Грамотный маркетинг и долгосрочные исследования позволили компании предложить расширенный выбор продукции – теперь не только для докторов, но и для семейного пользования, пожилых или ведущих активный образ жизни людей. Компания Bosch внимательно следила за веяниями в движении за здоровый образ жизни, что реализовалось в отличном соотношении цена/качество. Мы с гордостью представляем коллекцию наших продуктов от мирового лидера, которая является результатом этих факторов и охватывает все области здравоохранения.

F.Bosch – зарегистрированная торговая марка компании Friedrich Bosch GmbH & KG, производителя медицинского оборудования, используемого в общей клинической практике во всем мире.

Case Logic

ВОЗВРАЩЕНИЕ К ПРОСТОМУ

Case Logic создает устойчивые и разумные организационные решения для изменения образа жизни людей. Наша деятельность посвящена улучшению жизни человека с помощью наших продуктов, совершенствующих использование технологии и инструментов.

ЖИЗНЬ ПРОЩЕ

Таков результат нашей деятельности. Он представляет собой эмоциональную и личную выгоду для каждого из наших клиентов. Это постоянно подталкивает нас к созданию продуктов, которые, организуя жизнь, делают ее проще.

Marksman – создано, чтобы налаживать взаимоотношения.

Мы внимательно следили за новшествами в высокотехнологичных областях, которые теперь придают каждой из наших линий ее уникальные свойства. Качество каждой вещи гарантируется нашим именем. Мы используем природные и искусственные материалы, кожу высшего качества, дерево, гладкую резину и металлы. В сочетании с творческим дизайном, сувениры в этой замечательной коллекции так же приятны в руке, как и

на вид. Богатство же коллекции предоставляет огромный выбор. Выберите ли Вы один из наших классических подарков, или что-либо из современных новинок, всегда можно быть уверенным: он был создан, чтобы строить взаимоотношения.

Orient Express

В 1868 году, Джордж Нейджлмекерс, 27-летний бельгиец, подобно американской элите, путешествовал по Соединенным Штатам на поезде. Он решил применить принцип путешествия в роскоши и комфорте и в Европе, для чего основал специальную международную железнодорожную компанию. «Голубой поезд», «Золотая стрела», «Транссибирский экспресс» и самый знаменитый из них «Восточный экспресс» – эти названия стали легендами и вдохновляли писателей, дизайнеров и художников.

«Восточный Экспресс» – это дань уважения фантазии и вдохновению, сделавшими мечту Джорджа Нейджлмекерса реальностью.

Pierre Balmain

Модный дом BALMAIN, основанный в 1945 г., расположен в знаменитом парижском «золотом треугольнике» моды. Стиль BALMAIN основан на образе активной и элегантной женщины с оттенком непринужденности. Пятьдесят лет BALMAIN считается одним из самых знаменитых в мире французских модных брендов, благодаря своим престижным коллекциям «Haute Couture» и «Pret-a-Porter», а также сувенирам. Традиционно, это подарки, включающие письменные приборы, аксессуары и товары для путешественников.

Все эти бренды, а также многие другие (Areka, ETC/Greenland, US Basic, McForsum, Best-in-Town, Slazenger, Paul Bocuse, Laguiole и Dunlop) представляет на российском рынке компания PF Concept. PF Concept – это динамичная компания с конкурентной ценовой политикой, ориентирующаяся на удовлетворение потребителя. PF Concept добивается сбалансированного ассортимента в каждой товарной группе, чтобы удовлетворять покупателей любого уровня, делая при этом особый упор на клиентов среднего достатка. В любой товарной группе Вы всегда найдете товары различного качества и цены.

PF Concept Group предлагает более 8000 продуктов, которые распространяются дистрибьюторами и торговыми точками на всех континентах, под собственным именем или от лицензированных торговых марок. Маркетинг PF Concept опирается на свои исследования, собственное производство, тщательный контроль качества и продвинутую систему доставки и распределения товаров. Подробнее же о компании вы сможете прочитать в предыдущем номере нашего журнала по ссылке: http://profi.iapp.ru/magazine/26_07/26_07_07.pdf

ENG

Meet them all

We introduce once again a group of well-known European brands to the Russian business-souvenirs market – F.Bosch, Case Logic, Marksman, Orient Express, Pierre Balmain and others. Many of them are newcomers on the Russian market. And all of them are represented now by a Global Gifts Company PF Concept with products that are able to satisfy the smaller budgets as well as the higher ones with the main concentration in the middle level. PF Concept is widely known as the European No. 1 Supplier in the creation, development sourcing, marketing and distribution of promotional gift products.



Рн//традиционное

27/2007/www.iapp.ru

Крышка клипа, анимационные и рисованные вкладки делают ручку PRODIR DS4 ещё более привлекательной для наших клиентов.

Начиная с данного момента, наши клиенты, предпочитающие изысканную модель DS4-Pushtwist, могут выбирать: стандартный клип или клип с крышкой «Clip-Cover». Накладка «Clip-Cover» шире и имеет большую поверхность для персонализации, может быть изготовлена из пластика четырех типов в 21 цветовой вариации. Использование разноцветных накладок создает новые возможности для индивидуальных акцентов. Например, нанесение изображения цвета корпуса на «Clip-Cover» белого цвета.

Благодаря крышке клипа модели DS4, возможно использование обрашающих на себя внимание различных вставок. Вставки-картинки, выполненные четырёхцветной печатью с высоким разрешением, прекрасно размещаются на клипе, словно на витрине. Под крышкой клипа возможна реализация и анимационных вставок с применением лентичулярной технологии, которые уже предлагаются для модели DS5. Перемещая ручку, можно просмотреть интересный анимационный ролик, состоящий из 3 сюжетов.

Независимо от того, что Вы выбрали – тампопечатать или бумажную вставку, нанесение может быть полноцветным.

Контакт

PRODIR International
Садовническая ул. 82, стр.2, офис 2008
115035, Москва
Телефон: +7 (495) 644 09 38
nushin.loyko@prodir.com
www.prodir.com



Новые возможности - крышка клипа для модели DS4.



ENG

A popular pen DS4-Pushtwist by PRODIR becomes even more attractive due to newly redesigned "Clip-Cover", which allows using paper or animation insets.

Сколько клипов Вам нужно?

Их может быть больше! Именно для этого сейчас появилась новая накладка Clip-Cover. Она не только делает клип больше, но и выделяет его на корпусе цветом и поверхностью. По Вашему желанию мы можем добавить анимационную вкладку, рисунок или фотографию. Это модель DS4: клипов столько, сколько нужно!



PRODIR INTERNATIONAL, SADOVNICHESKAYA STR., 82, BLD.2, OF. 2008, 115035 MOSCOW, T +7 (495) 644 09 38
PRODIR SA, ZONA INDUSTRIALE 1/2, 6802 RIVERA, SWITZERLAND, TEL. +41-91-935 55 55
NUSHIN.LOYKO@PRODIR.COM, WWW.PRODIR.COM

prodir®

Оригинальные
PROMO - сувениры
из Китая и Европы.

Рекламный текстиль

Мы любим все интересное и оригинальное!
Мы следим за новинками!
Мы делаем специальную подборку вариантов по вашему запросу с учетом особенностей ЦА и поставленных задач!

С нами удобно!
Наши цены и подход к работе Вас приятно порадуют!

www.toros.ru

СПб, (812) 322 65 24, info@toros.ru

Светоч Svetoch

Ежедневники
Визитницы
Папки
Телефонные книги
Блокноты
Календари

Подчеркнем Ваш
фирменный стиль

(812)337-63-10(11)
www.svetoch.ru

ООО "АБСОЛЮТ-ФАКТОРИ"
РЕКЛАМНО-ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ



P.O.S.
ВЫСЕЧКА

ПАКЕТЫ БУМАЖНЫЕ

ЛАМИНАЦИЯ А1 А2 А3
ПОЛИГРАФИЯ А1 А2 А3
СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ
ТИСНЕНИЕ
ШЕЛКОТРАФАРЕТ
ТАМПОПЕЧАТЬ

Тел.: 221 1690, 799 4906
E-mail: absolut-factory@mail.ru www.afactory.ru

GRAND

ПРОИЗВОДСТВО И ПРОДАЖА КОЖГАЛАНТЕРЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Российское производство торговой марки "GRAND" предлагает высококачественную кожгалантерейную продукцию из натуральной и искусственной кожи. Изготовление изделий под заказ с логотипом клиента.

- мужские и женские портфели
- папки
- ежедневники
- обложки для документов
- портмоне
- футляры

site: www.grand-bags.ru
e-mail: market@grand-bags.ru

(812)388 6895
(812)335 1360
(812)585 2290

Волшебная ручка!
Исполняет 3 Ваших желания!



www.akc-msk.ru

Трехгранные ручки под нанесение!

тел.: (495) 542-04-78; факс: (495) 540-66-11/12



Пакеты,
ежедневники,
подарки,
бизнес-сувениры
... и все такое

приходите: www.agdp.ru
звоните: +7(495) 995-97-23
пишите: agdp@agdp.ru

ООО "Швейно-галантерейная фабрика"
Собственное производство рекламной-имиджевой
продукции в г.Белгороде
Тел/факс 8(4722) 36-77-75 тел. 57-88-94
www.sumki.bel.ru
email: kotikov@bel.ru
sergei_kotikov@mail.ru



(495)796-67-21 **текстиль** (495)411-20-93
АЛЛ ДАММ

скидка 7%

GERIMA
VIVACOLO
VISA
KPSR Konsult
TIEKIS

скидка 7%

www.evrovitex.ru
direktor@evrovitex.ru
razvitie@evrovitex.ru

Изготовление изделий с логотипом.
Все виды нанесения: высокая-низкая махра, жаккард, вышивка,
апликация и трансферный бордюр (фотопечать),
махровые и кухонные полотенца.
РАЗНООБРАЗИЕ РАСЦВЕТОВ И РАЗМЕРОВ.

МаксФил
МАКСИМАЛЬНЫЙ КОМФОРТ В МИНИМАЛЬНОМ
ПРОСТРАНСТВЕ

кейсы •
сумки •
рюкзаки •
портфели •
косметички •
нессесеры •
футболки •
толстовки •
бейсболки •

разработка и производство
рекламно-имиджевой
продукции с нанесением
логотипа заказчика
методом шелкографии
и вышивки

Пледы
Фартуки, прихватки
Скатерти
Подушки-думки
Весь спектр текстильных изделий
Персонализация
Упаковка

г.Санкт-Петербург. Уральская, 17
(812) 350-88-85, 350-88-55, 350-98-45
norduzor@mail.ru www.norduzor.com

тел. (4722) 36-19-90/91/92; факс: (4722) 36-19-93
www.makophil.ru E-mail: makophil@mail.belgorod.ru

Северные узоры
махровые изделия с логотипом

Пестротканые (с цветным рисунком)
Гладкокрашенные (однотонные)
С логотипом в бордюре / в структуре
Стриженные / Нестриженные

Пледы
Фартуки, прихватки
Скатерти
Подушки-думки
Весь спектр текстильных изделий
Персонализация
Упаковка

г.Санкт-Петербург. Уральская, 17
(812) 350-88-85, 350-88-55, 350-98-45
norduzor@mail.ru www.norduzor.com

КАТАЛОГ "ОСТРОВ СОКРОВИЩ" ПРЕДСТАВЛЯЕТ:

В цветах
наступившего
лета

Super Club

US

BASIC

ORIGINAL

Всегда в наличии качественные футболки Super Club.
Достаточная гамма из 14 цветов, качественный текстиль
и классический крой делают эти изделия незаменимыми
в любых ситуациях. Созданные специально с расчетом на
последующее нанесение изображений, футболки Super
Club будут долго служить их пользователям, а также тем,
кто разместил на них свою рекламную информацию.
Профессиональные предложения для профессионалов!

Леон Директ (Москва)
www.leondirect.ru
(495) 79-69-100, 650-50-29,
650-50-34, 506-41-99
moscow@leondirect.net



ФиннДизайн (Санкт-Петербург)
www.finndesign.ru
(812)766-09-29, 766-09-25,
766-09-38, 766-09-47
info@finndesign.ru

ВРЕМЯ НОСИТЬ STEDMAN

Футболка является, пожалуй, самым простым базовым элементом любого гардероба: будь то студенческий джинсово-кроссовочный набор или текстильные залежи столичной модницы. Футболка всегда актуальна, модна, удобна... и так уже на протяжении почти 100 лет. Сначала

европейцев послевоенного поколения.

Эта была полная победа, за сорок лет футболка прошла эволюцию от неприглядного нижнего белья до самостоятельного продукта и абсолютного чемпиона текстильной отрасли по объемам производства.

Следующие годы ещё более расширили ареал использования футболки. Рок-музыка вызвала к жизни неумирающий бренд – чёрную футболку с логотипом той или иной группы.

Энергичная британская панк-субкультура и калифорнийские серферы делают модным нанесение на футболки собственных изображений. К 1976 году такие футболки носил уже каждый четвёртый американец. Сегодня тысячи компаний и интернет-магазинов предлагают нанесение на футболку сотен тысяч изображений.

В начале 80-х годов текстиль открыл для себя большой бизнес, который превратил небольшие мануфактуры, занимающиеся шелкографией, в настоящие фабрики.



ла футболки были неотъемлемой частью стиля милитари, и не в переносном смысле, а в прямом. Американские моряки и военные уже в начале века оценили преимущества «облегченного нижнего белья». Инициативу военных подхватили компании, специализировавшиеся на выпуске спортивной одежды. Тем не менее, ещё долгое время футболка оставалась дополнением к рубашке – носить футболку просто так считалось непристойным.

И тут на помощь снова пришли военные. В отличие от холодного восточного фронта американским солдатам времён второй мировой войны приходилось воевать на тихоокеанских островах, в Африке, Сицилии, Франции. И естественно, что миллионы рядовых джи ай, несмотря на давление офицеров, предпочитали сражаться, рыть окопы, заниматься будничной солдатской работой не в тяжёлом шерстяном кителе, а в тишорте (т-образной рубашке). Прорыв наступил в 1942 году, когда журнал «Лайф» увековечил на обложке новый символ мужественности – простой парень, сражающийся с фашизмом, естественно в футболке.

После войны, в начале 50-х годов, свое слово сказал Голливуд. С подачи кинобунтарей Джеймса Дина и Марлона Брандо футболки стали символом протеста и самоидентификации для миллионов молодых американцев и



Появились и компании, специализирующиеся на выпуске текстильной продукции, предназначенной для нанесения (не только футболок, но и рубашек-поло, толстовок и т.д.). Постепенно, в результате проб и ошибок, выяснилось, что качество печати на ткани зависит от многих факторов: от плотности материала и гладкости его поверхности, от устойчивости ткани к образованию катышков, от того, как футболка сшита.

При этом, естественно, нельзя забывать и о простом базовом качестве футболок. Легко представить, во что может превратиться логотип или рекламное изображение после того, как выстиранная футболка уменьшится в размере в два раза или, наоборот, превратится в бесформенное нечто. Или как будет выглядеть партия футболок для презентации, в которой оттенки одного цвета ткани отличаются друг от друга.

Примером одежды, разработанной с учётом требований рынка promotion, является марка Stedman. Лейбл Stedman стал именем нарицательным для высококачественной презентационной текстильной продукции. Линия продуктов Stedman включает в себя футболки, поло и свитера, обладающие широкой цветовой гаммой и идеально подходящие под любые виды нанесения. Продукты Stedman – это базовые и премиум модели, женские и мужские футболки, это постоянное обновление коллекции в соответствии с запросами рынка.

Презентационная одежда Stedman отличается не только высококачественными техническими характеристиками: повышенной плотностью, качеством ткани, гладкой поверхностью, идеально подходящей для шелкографии, но и прекрасными экологическими показателями. Не секрет, что при изготовлении и окраске дешёвых текстильных продуктов, выпущенных недоброкачественными производителями кустарным способом, используется большое количество химических компонентов вредных для здоровья, начиная с пестицидов и заканчивая тяжёлыми металлами. Именно такие продукты, к сожалению наводнившие российский рынок, зачастую служат причинами непонятно откуда взявшейся аллергии, раздражения кожи и прочих неприятностей. Чтобы оградить конечного потребителя от таких сюрпризов, Stedman производит регулярную сертификацию всего процесса производства согласно европейскому стандарту качества Oeko-Tex Standard 100. Структура ткани и повышенная плотность наших изделий (с нижним порогом плотности 155 г/м) не только обеспечивают качественное нанесение, но и защищают конечного пользователя от возмож-

ного воздействия красок, используемых при нанесении (что особенно актуально для наступающего лета, обещающего быть жарким).

Задача Stedman – насытить рынок презентационной продукцией, обеспечить конечному потребителю доступ к разнообразной продукции премиум класса. В конце концов, рекламный рынок один из самых динамично развивающихся секторов растущей российской экономики. И одной из характеристик этого роста является изменение спроса. Время футболок «постирай-выброси», произведённых в пенджабских подвалах и окрашенных свинцово-мышьячной смесью, уходит. Приходит время товаров, произведённых мировыми брендами, инвестирующими миллионы долларов в разработку новых моделей и контроль качества, заботящимися о своей репутации и выстраивающими бизнес на века.

Дмитрий Радчук «Hanes Brands»



кографии, но и прекрасными экологическими показателями. Не секрет, что при изготовлении и окраске дешёвых текстильных продуктов, выпущенных недоброкачественными производителями кустарным способом, используется большое количество химических компонентов вредных для здоровья, начиная с пестицидов и заканчивая тяжёлыми металлами. Именно такие продукты, к сожалению наводнившие российский рынок, зачастую служат причинами непонятно откуда взявшейся аллергии, раздражения кожи и прочих неприятностей. Чтобы оградить конечного потребителя от таких сюрпризов, Stedman производит регулярную сертификацию всего процесса производства согласно европейскому стандарту качества Oeko-Tex Standard 100. Структура ткани и повышенная плотность наших изделий (с нижним порогом плотности 155 г/м) не только обеспечивают качественное нанесение, но и защищают конечного пользователя от возмож-

качества, заботящимися о своей репутации и выстраивающими бизнес на века.

ENG

During the last century, T-shirt made a progress from soldier's body-cloth to powerful advertising tool. Certainly, its characteristics had to change too. One does not have to care about good look while trenching, but presenting products of your company requires clothing, which is able to keep both the form and content (imprinted on it). Stedman Company offers high-quality T-shirts of any style and colour, ready for information to be printed on.

2007. Время носить Stedman®

Широкий модельный ряд, полная цветовая гамма от одного из крупнейших мировых производителей одежды.

Высококачественные футболки, поло и толстовки разработанные специально для рынка презентационной продукции.

Контактная информация

Дмитрий Радчук
Dmitry Radchuk
Customer Service

Tel.: 81049 241 7050218
Fax: 81049 241 7050233
Email: dmitry.radchuk@hanesbrands.com
www.stedman.eu

Hanesbrands Europe GmbH - Charlottenburgerallee 27-29 - 52068 Aachen - Germany

КРАСОТА, ТЕПЛОТА, КРАСКИ И ФОРМА

Недавно я побывал в керамической мастерской. Это было очень интересно, хоть я и не все успел увидеть. Я держал в руках старинный изразец петровского времени и новый, – который был сделан для реставрации. Смотрел на десятки фарфоровых колокольчиков (никогда не видел так много колокольчиков одновременно) и на пасхальные яйца из фарфора.

Оказывается – не так как я всегда считал – мастерская может заниматься не одним каким-то видом керамики, а сразу всеми. И, пожалуй, это один из способов, как развиваться и не стоять на месте – осваивать все новые виды керамики. Тем более их очень много.

Их так много и различия между ними могут быть настолько тонкими, что не профессионалу иногда сложно отличить, например, фарфор от майолики или от каменной массы. Фарфор-то, конечно, все хорошо знают. Когда-то за секрет его изготовления готовы были заплатить огромные деньги, а сейчас фарфоровые изделия есть в каждом доме. И, тем не менее, фарфор до сих пор остается самым благородным из всей керамики, как про него говорят. Из него делают самые изящные вещи. Самые блестящие. Самые тонкие.

А по желанию заказчика в наше время можно сделать из фарфора практически все, что угодно. Не только традиционные вещи – посуду, пасхальные яйца, светильники или колокольчики, но и индивидуальные. Часто, например, в фар-

форовых мастерских заказывают корпоративные медали или статуэтки для деловых подарков; а в последнее время появилась еще и мода на фарфоровые украшения.

Про фарфор писать несложно – с ним все хорошо знакомо, а вот что такое майолика знают не все. Майолика может быть на белом черепке и на красном. Изделия из белой майолики легко спутать с фарфоровыми, так они могут быть похожи. Отличаются они друг от друга техникой исполнения, а также тем, что майолика считается более простой, домашней что ли, керамикой. Скажем, квас пить веселее из майоликовой квасницы, а чай из фарфоровой чашечки – вот так еще можно сказать про их отличия. И еще майолику часто используют в строительстве.

Как раз из майолики и стали делать изразцы в петровское время. Сейчас многие из этих изразцов уже обветшали и потрескались, поэтому в современных мастерских не только делают новые изразцы, но и реставрируют старые. Это целое направление в производстве.

Как сделать изразец таким, чтобы его было не отличить от оригинала по цвету? Чтобы он лучше сохранялся? Конечно, изразцы – это отдельная большая тема, которую можно рассматривать с совершенно разных точек зрения. Например, с точки зрения деловых подарков. Если кто-то решит подарить своему деловому партнеру изразцовый камин, то такой подарок уж точно можно будет назвать «царским». Или «президентским» – у нашего президента на даче как раз стоит изразцовый камин, сделанный современными мастерами.

Изделия из керамики становятся такими красивыми и теплыми на вид не только благодаря форме, которую им придает мастер, но и благодаря декорированию. Существуют десятки способов декорирования, но одни из самых распространенных – это деколь и ручная роспись. Деколь обычно заказывают для больших партий товаров, а вручную расписывают штучные изделия или небольшие партии.

Чем дольше живешь на свете, тем сильнее начинаешь любить и ценить изделия наших русских национальных промыслов. И за красоту, и за теплоту, и за краски, и за форму. Поэтому всегда приятно, когда узнаешь, что не перевелись еще у нас мастера, увлеченные своим делом.

Михаил Вишневыский

ENG The beauty, the cordiality, the forms and the colors
There are various types of ceramics. Beside the aristocratic porcelain there is more democratic majolica. It is intended not only for souvenirs and interior items production but for such architecture decoration as Russian tiles. There is also a great diversity of ways to decorate ceramic objects and thus to create a unique work of art...
Our journalist shares his experience of visiting one of the contemporary Russian ceramic manufacturers.



ФАРФОР. СДЕЛАНО В РОССИИ.

На рынке VIP-подарков и сувениров из фарфора, как считают специалисты, наблюдается сейчас одна тенденция: российские производители могут немного потеснить с рынка производителей западных. Это связано с тем, что изделия из фарфора в России всегда были сильно связаны с национальной русской культурой. Поэтому у русских производителей есть, по крайней мере, одно неоспоримое преимущество.



Во все времена были популярны, например, фарфоровые фигурки и росписи фарфора по мотивам русских народных сказок и русской литературы. В 90-е годы снова стали выпускать фарфоровые пасхальные яйца (а в одной из церквей, в Ильинском, по проекту художника Валентина Розанова был построен даже целый фарфоровый иконостас). В фарфоре и на фарфоре изображены почти все известные символы России, а мода на такие «классические» фарфоровые подарки не ослабевает и в наше время. Также всегда был популярен фарфор «на злобу дня», когда художники и скульпторы «откликались» в своих работах на какие-то современные им события политической и культурной жизни страны. Известна, например, работа художницы Натальи Данько, сделанная в 1937 году, вскоре после того, как в Узбекистане была принята Конституция. Это канцелярский набор – чернильница с крышкой в виде фруктов и карандашница, представляющая узбека с газетой. В наше время, конечно, сложно представить что-нибудь подобное, зато в моду вошли фарфоровые фигурки животных, которым посвящены текущие года по восточному календарю. И всегда оставались в моде фарфоровые бюсты политиков, занимающих высокие посты. Кроме этих двух модных тенденций постоянно возникают все новые и новые, не такие долговечные моды на фарфоровые изделия. Сейчас, например, большой популярностью стали пользоваться фарфоровые светильники и коллекционирование фарфоровых кукол. И даже появилась довольно неожиданная мода на фарфоровые женские украшения.



Предсказать, в каком направлении будут двигаться российские производители фарфора, непостоянно – слишком разные у русских фарфоровых заводов стили, традиции и история. Уверенно можно сказать, что, по-видимому, все производители будут заново осмысливать богатейший двухсотпятидесятилетний опыт искусства русского фарфора и на его базе создавать что-то новое. Насколько же это новое будет удачным, зависит, главным образом, от мастерства художников, скульпторов, от работы технологов и всех остальных рабочих, задействованных в довольно-таки непостоянном процессе производства.

Вообще же продукция русских фарфоровых заводов настолько разнообразна, настолько не похожа одна на другую, что лучше говорить о каждом заводе отдельно.

Лефортовский фарфоровый завод был основан сравнительно недавно, в 1992 году, в Москве, но его продукция уже была отнесена экспертами к «изделиям высокохудожественных промыслов с применением творческого труда».

С помощью искусной ручной подглазурной и надглазурной росписи и экспериментов с формами изделий, возможных благодаря техническому оснащению завода, лефортовские мастера добиваются очень любопытных результатов.



Продукция Лефортовского фарфорового завода в первую очередь поражает роскошью исполнения, спокойствием и солидностью форм. В своих работах мастера Лефортовского фарфорового завода обращаются к прошлому нашей страны. Дуэльные пистолеты и булава, древнерусский шлем и фарфоровый бюст Петра Великого – на сайте завода представлен весь ассортимент выпускаемой продукции. Эти изделия станут хорошим богатым подарком для человека, который уважает традиции и национальные символы России. Но работы мастеров Лефортовского фарфорового завода пользуются популярностью не только у частных лиц – самым крупным заказчиком является московский завод «Кристалл». А также заказы на продукцию регулярно поступают из Администрации президента.

Дмитрий Чайкин

ENG

Porcelain market is diverse; it is hard to say which way it turns next. Advantage of the Russian manufacturers – is the close relationship of their products with national culture. For example, porcelains by Lefortovo Ceramic Works – national symbols, busts of the famous men, jars – are recognized for solid look and magnificence, and make a good present to a person, who respects Russian national traditions.

«Керамик»
ЛЕФОРТОВО

ООО «Керамик»,
Лефортовский фарфоровый завод, основанный в 1992 году, выпускает высокохудожественные изделия из фарфора и керамики, прикладного декоративно-утилитарного назначения с ручной (авторской) росписью известными подглазурными красками. Утонченность, чистота, легкость, нежный певучий «голос» – нет посуды благороднее, красивее фарфора.

Адрес: Москва, ул. Лефортовский вал, д. 8-а
Телефоны: (495) 382-55-79, 382-53-05
Web: www.keramik-lefortovo.ru
E-Mail: info@keramik-lefortovo.ru

ЖИЗНЬ В ЦЕНТРЕ ВНИМАНИЯ!

Представляем вам новую коллекцию ежедневников группы компаний «Аджар» – La vorte. Специально для этой коллекции был сделан отдельный сайт www.lavorte.com, девизом которого стала фраза «Life in the limelight!» («Жизнь в центре внимания!»).

В коллекцию входят 8 позиций. Все ежедневники ручной работы и сделаны из натуральной кожи, каждый из них украшен уникальными кристаллами Swarovski. Кристаллы Swarovski давно известны во всем мире. Ими инкрустируют сотовые телефоны и светильники. Делают из них декоративные панно и ювелирные украшения. Платья с кристаллами Swarovski носили Мэрилин Монро и Марлен Дитрих. В костюмах с ними выступали Тина Тернер и Майкл Джексон.

Кристаллы Swarovski – это стразы, т.е. стеклянные «бриллианты». Название «стразы» произошло от имени барона Жоржа Фредерика Страсса, ювелира, считавшегося особо искусным изготовителем фальшивых бриллиантов. Гениальная же идея Даниэля Сваровски была очень проста: когда он в 1891 году открыл способ огранки стекла, то не стал скрывать, что его бриллианты не настоящие. Он никого выгодно не обманул, зато стал основателем целой империи. Сегодня дом Swarovski также известен, как дома моды Chanel и Gucci.

По иронии судьбы стразы принесли Swarovski еще большую славу, чем могли бы принести настоящие бриллианты. А в 1995 году семья Swarovski в честь столетия со дня основания фирмы открыла музей «Хрустальные миры Swarovski» в Ваттенсе, где находится и первый завод основателя дела Даниэля Сваровски. Это огромный музей кристаллов – фантастический город – Swarovskiland для детей и взрослых. Всю территорию музея с его большим количеством залов и галерей охраняет великан, изо рта которого извергается водопад, а вместо глаз у исполина сияют огромные кристаллы.

Swarovski до сих пор остается фамильным предприятием, поэтому все технологии хранятся в тайне. Доходит до того, что инструменты, с помощью которых изготавливались коллекционные изделия, и всю документацию, связанную с процессом их изготовления, уничтожают после работы.

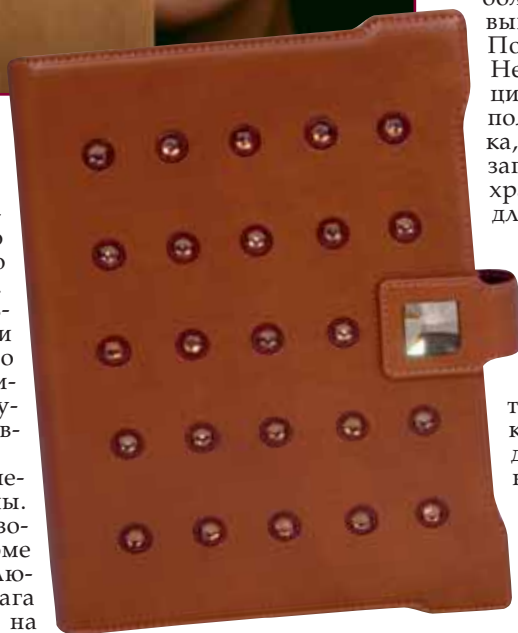
Кристаллы Swarovski, которыми украшены восемь ежедневников La vorte, уникальны. Для этой коллекции и сами кристаллы, и узоры из них специально разрабатывались в доме Swarovski. А также была использована эксклюзивная рельефная бескислотная бумага Conqueror. Она не только очень приятна на ощупь, но еще и отлично сохранит все Ваши записи на долгие годы. Все ежедневники помещены в бархатистую коробку на магните и имеют свое название.

Позиция 1. Fleur

Такое название этот ежедневник получил из-за больших французских лилий, украшающих обложку. Они составлены из сорока пяти кристаллов и расположены в клетках коричневого и оранжевого цвета. Кроме того, обложка снабжена магнитным замочком и небольшими кармашками – для кредитных карт и записок.

Позиция 2. Judas

Обложка этого ежедневника украшена двадцатью шестью кристаллами, которые составляют строгий гео-



метрический рисунок. Кроме удобного кармашка для бумажных записок в обложке есть также специальная секция для хранения кредитных карт и визиток, изящный магнитный замок с большим кристаллом и петелька для ручки. Эта модель прекрасно подойдет к строгому костюму и станет верным спутником современной бизнес-леди в ее деловых путешествиях.

Позиция 3. Geneva

В этой модели использован один большой кристалл. Он украшает магнитный замок, на который закрывается ежедневник. Это один из самых простых ежедневников, кроме магнитного замка в обложке предусмотрена только петелька для ручки.

Позиция 4. Helen

Эта модель отразит и подчеркнет вашу романтичность и лучше подойдет для личных записей, чем для деловых встреч. В самом центре обложки расположен один большой кристалл Swarovski, выполненный в форме сердца. По комплектации модель Helen совмещает в себе функции первых двух моделей: дополнительная записная книжка, небольшой кармашек для записок на обложке, отсек для хранения кредиток и петелька для ручки.

Позиция 5. Cameleon

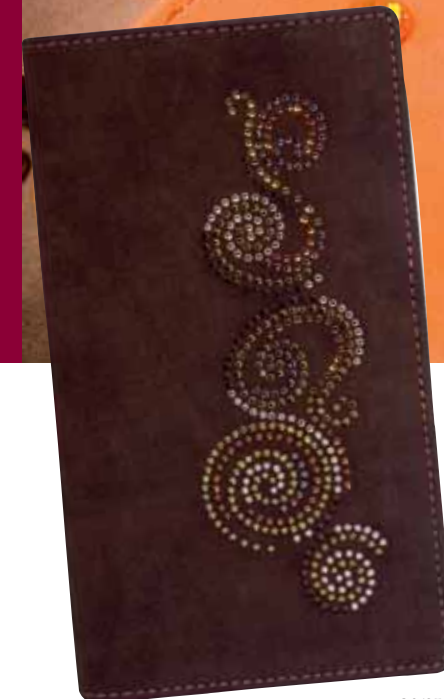
Обложка черного цвета украшена таинственным узором из кристаллов Swarovski, напоминающим по форме лепесток цветка или перевернутый глаз. В этом ежедневнике также как и в других моделях, есть кармашек для небольших записок, отдельная секция для кредитных карт и дополнительная записная книжка на магните. Cameleon станет прекрасным дополнением даже к вечернему наряду, и сразу же привлечет к Вам взгляды окружающих.

Позиция 6. Alya

Этот ежедневник спокойного коричневого цвета в первую очередь привлекает внимание рисунком, выполненным из стразов. Кристаллы Swarovski обладают удивительнейшей способностью улавливать свет и переливаться всеми гранями при любом освещении. На обложке ежедневника Alya игра кристаллов особенно заметна еще и из-за оригинального узора, напоминающего вьющееся растение. По своим деловым функциям Alya ничем не отличается от модели Cameleon.

Позиция 7. Lina

Обложка этого ежедневника украшена тринадцатью



кристаллами Swarovski. Lina не менее элегантен, чем Alya и Cameleon, но его также можно смело брать с собой на деловую встречу или важное совещание. Там он привлечет к Вам внимание ровно настолько, насколько это будет необходимо. Обложка этого ежедневника, кроме традиционных для всей

серии кармашка для записок и отделения для кредиток, снабжена особенным магнитным замочком и особенной петелькой для ручки. А также в ежедневник Lina, как и в некоторые другие модели, входит дополнительная записная книжка.

Позиция 8. Aia

Украшен шестью кристаллами Swarovski, которые отлично сочетаются с тисненым узором в восточном стиле. В остальном же эта модель почти не отличается от предыдущих.

Любой из этих ежедневников станет превосходным подарком женщине, вне зависимости от того, занимается ли она бизнесом самостоятельно или нет. Эти ежедневники можно (и нужно) использовать не только на работе, а, например, взять с собой на летний отдых и записывать в них свои впечатления от мест, в которых Вы побываете, от людей, с которыми познакомитесь, от всего необычного и экзотического, что Вам покажется интересным.

И, конечно, любой женщине будет не просто приятно получить в подарок один из ежедневников La Vorte, это еще и поможет ей оценить Ваш вкус и знание современных модных тенденций.

А также...

Если Вы хотите, чтобы Ваш ежедневник был по-настоящему уникален, чтобы на его об-

ложке появился логотип Вашей компании из кристаллов Swarovski или узор, который Вы придумаете сами, то можете заказать партию таких ежедневников (от двухсот) в компании АджарРус. Это московское представительство группы компаний «Аджар», которая специально для создания La Vorte выкупила права на продажу кристаллов и получила свой ID в доме Swarovski.

Ежедневники, сделанные по Вашему заказу, совместят в себе превосходное качество, ручную работу и кристаллы Swarovski с Вашим логотипом и частичкой Вашего личного творчества.

Михаил Вишневский

ENG

Acar Group presents new La Vorte collection of exclusive leather-bound diaries for ladies. Collection consists of eight pieces to satisfy most demanding customers. All the diaries are decorated with unique Swarovski crystals specially designed for that purpose. La Vorte even has a specific website – www.lavorte.com.



ACAR group

for modern living...

Представительство в Москве:
ООО «АджарРус» г. Москва, Ленинский проспект д.10 Тел./факс: +7 (495) 748 6967
acar@acar-group.com
acar-group.com

MILLENNIUM GIFTS НА ВЫСТАВКЕ «ДИЗАЙН И РЕКЛАМА»

Участие в выставках является непременным пунктом в программе продвижения любого рекламно-сувенирного проекта. Ведь выставка – лучший способ продемонстрировать партнерам и клиентам последние достижения. Выставка «Дизайн и Реклама», прошедшая совместно с весенней «Christmas Time», подарила конечным заказчикам массу идей для «сувенирного» вдохновения. Свои новинки представил широкой

публике и проект Millennium Gifts, вот уже несколько лет успешно работающий в Москве и сегодня активно развивающийся в регионах.



публике и проект Millennium Gifts, вот уже несколько лет успешно работающий в Москве и сегодня активно развивающийся в регионах.

публике и проект Millennium Gifts, вот уже несколько лет успешно работающий в Москве и сегодня активно развивающийся в регионах.

публике и проект Millennium Gifts, вот уже несколько лет успешно работающий в Москве и сегодня активно развивающийся в регионах.

публике и проект Millennium Gifts, вот уже несколько лет успешно работающий в Москве и сегодня активно развивающийся в регионах.



публике и проект Millennium Gifts, вот уже несколько лет успешно работающий в Москве и сегодня активно развивающийся в регионах.

публике и проект Millennium Gifts, вот уже несколько лет успешно работающий в Москве и сегодня активно развивающийся в регионах.



публике и проект Millennium Gifts, вот уже несколько лет успешно работающий в Москве и сегодня активно развивающийся в регионах.

публике и проект Millennium Gifts, вот уже несколько лет успешно работающий в Москве и сегодня активно развивающийся в регионах.



публике и проект Millennium Gifts, вот уже несколько лет успешно работающий в Москве и сегодня активно развивающийся в регионах.



публике и проект Millennium Gifts, вот уже несколько лет успешно работающий в Москве и сегодня активно развивающийся в регионах.



публике и проект Millennium Gifts, вот уже несколько лет успешно работающий в Москве и сегодня активно развивающийся в регионах.

публике и проект Millennium Gifts, вот уже несколько лет успешно работающий в Москве и сегодня активно развивающийся в регионах.

публике и проект Millennium Gifts, вот уже несколько лет успешно работающий в Москве и сегодня активно развивающийся в регионах.



публике и проект Millennium Gifts, вот уже несколько лет успешно работающий в Москве и сегодня активно развивающийся в регионах.



Маморцева Анна, PR-менеджер проекта Millennium Gifts

публике и проект Millennium Gifts, вот уже несколько лет успешно работающий в Москве и сегодня активно развивающийся в регионах.

Millennium Gifts
Бизнес-сувениры и подарки
www.mgifts.ru
reclama@mgifts.ru

Европейское Рекламное Агентство
ЕвРА

НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА
изготовление, монтаж любой сложности
ШИРОКОФОРМАТНАЯ ПЕЧАТЬ, ДИЗАЙН, ПОЛИГРАФИЯ,
СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ, РЕКЛАМА В ПРЕССЕ
771-19-48, 136-60-18, 250-04-49

**ПРЕДЪЯВИТЕЛЮ
КУПОНА СКИДКА 5%**
**Любая реклама
на полотенцах**
Гибкие системы скидок
для рекламных агентств
www.maxra.ru
www.polotence.net
dmmkv@dol.ru
atrium04@inbox.ru
(495) 317-35-81, 317-23-09
(495) 317-28-72, 317-35-77

**ЗАО МЫТИЩИНСКИЙ ЗАВОД
«ВОЕННЫЙ ЗНАК»**
г. Мытищи,
тел./факс: (495) 583-4710
E-mail: mail@vznak.com
www.vznak.com

Завод специализируется на изготовлении продукции геральдики и фалеристики. Сувенирная продукция: знаки, эмблемы, жетоны, подставки под флажки и вымпелы. Изделия изготавливаются из различных металлов, с золочением и серебрением, с покрытием различными эмалями.

**Российская Часовая
Компания**
Часы с бесплатным логотипом,
от производителя.
Эксклюзивные подарки, сувениры.
Значки из драгметаллов.
(499) 978-66-58; 978-62-94
www.RWC.RU
RWC@RWC.RU

ОЛСАМ
Сувенирная Компания
(495) 981-82-37
natali@allsam.ru
www.allsam.ru

Производство:
значков
медалей
наград
заколок для галстуков
наградных знаков
брелоков

ПЕРВАЯ ПОДАРОЧНАЯ КОМПАНИЯ
ВСЯ СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ И ПОЛИГРАФИЯ

- оптовая поставка сувениров со склада в Москве
- прямые поставки из Европы и Китая
- выполняем нестандартные заказы
- собственное производство по нанесению логотипов
- ОГРОМНЫЙ АССОРТИМЕНТ
- НИЗКИЕ ЦЕНЫ
- СЖАТЫЕ СРОКИ
- ВИП-ПОДАРКИ
- ИЗГОТОВЛЕНИЕ ПОЛИГРАФИИ

Телефон: (495) 649 98 52, (495) 645 76 80
E-MAIL: INFO@PGIFT.RU
Сайт: WWW.PGIFT.RU

Особенности нашей компании в ориентации на клиента, на его потребности, интересы и сроки. Для этого создан специальный раздел на сайте «золотая рыбка», где Вы можете выразить свои пожелания к деятельности нашей компании.

СУБЛИМАЦИОННАЯ ПЕЧАТЬ БОЛЬШОГО И МАЛОГО ФОРМАТА

Сублимационная печать – сравнительно молодой, но активно развивающийся рынок. Изображение наносится специальными чернилами на сублимационную бумагу в зеркальном отображении, а затем под воздействием высокой температуры переносится на синтетическую поверхность. Основными областями применения «сублимации» можно назвать изготовление флагов и перетяжек, нанесение текста или графики на спортивную и корпоративную форму, дизайн интерьеров. Сублимационные трансферы можно переносить также и на любые другие изделия, имеющие специальное покрытие – металлические пластины, кружки, керамическую плитку, коврики и т.п.

Условно сублимационную печать можно разделить на мелкоформатную и крупноформатную, высокотиражную. Комплект оборудования при этом подбирается, исходя из задач конкретного производства.

Широкоформатную и многотиражную продукцию методом сублимационного термопереноса изготавливают на широкоформатных плоттерах. В данном случае сублимация применима для изготовления флагов, перетяжек, баннеров, производства одежды, в том числе спортивной, изготовления штор и другого текстиля для дома. Из ряда известных марок пьезоэлектрических плоттеров только марка Mimaki зарекомендовала себя наилучшим образом. Плоттеры серии JV22 и JV4 разрабатывались специально с учетом использования сублимационных чернил и сублимационной бумаги различной плотности.

Обе модели плоттеров очень похожи с точки зрения механического и электронного устройства и устройства печатающей системы. Кроме того, плоттер JV4 снабжен двумя раздельными печатными блоками, что при необходимости позволяет производить печать двумя разными типами чернил без промывки всей системы.

При выполнении небольшого объема работ цветовой охвата СМΥК лучше всего подойдет модель Mimaki JV22, в то время как для более требовательных производителей оптимальным выбором является модель JV4.

Для печати мы рекомендуем использовать сублимационные чернила Manoukian (Италия) и сублимационную бумагу TransJet (Швейцария), которые показывают наилучшую совместимость друг с другом. Сублимационные чернила Manoukian отличаются великолепным и стабильным качеством, хорошим цветовым охватом, изображения получаются яркими и имеют высокую устойчивость к атмосферным воздействиям – дождю, выгоранию на солнце, устойчивы к многократной стирке.

Термоперенос изображения с бумаги на ткань проис-

ходит при помощи термопрессов при достаточно высокой температуре (180-2400°C). В данном случае можно использовать как планшетные (плоскостные) прессы, так и каландровые (рулонные). Из больших планшетных прессов мы предлагаем прессы отечественного производства ГР-1500 и ГР-2500, которые отличаются размерами пластины. Из каландровых прессов – каландры GMP, которые получили наибольшую известность. Их отличает оптимальное сочетание «цена – качество».

Это оборудование наиболее рентабельно при изготовлении изделий до 10-12 м длиной. Выбор термопресса определяется задачами, которые ставятся перед конкретным производственным комплексом. Если это небольшие по размеру изделия, правильным будет использовать планшетные прессы, в случае крупноформатного и многотиражного производства неизбежно применение каландровых прессов.

Сублимационная печать – это не только печать больших изображений на ткани, но и изготовление всевозможной сувенирной продукции, такой как флажки, коврики для мыши, бейсболки с яркими красочными изображениями, футболки, кружки, офисные таб-

лички из металла и многое другое. И покупать при этом дорогостоящее оборудование вовсе не обязательно. Целесообразнее использовать обычный струйный принтер Epson A4 или A3 формата с системой непрерывной подачи чернил (СНПЧ), в который заливаются чернила Manoukian, а сублимационная бумага Transjet режется на нужные форматы.

Термопресс также подбирается под требуемый размер. Из малых планшетных прессов хорошо зарекомендовали себя на российском рынке американские термопрессы NIX и английские Adkins, в линейке которых есть специальные кружечные и бейсбольные термопрессы.

**Коммерческий директор компании «Джи-Эм-Пи» Санкт-Петербург»
Кологривова Ирина Константиновна**

По вопросам оборудования и расходных материалов для сублимационной печати обращайтесь в
«Джи-Эм-Пи «Санкт-Петербург»
по тел.: (812) 703-00-40 или e-mail: ik@gmpspb.ru

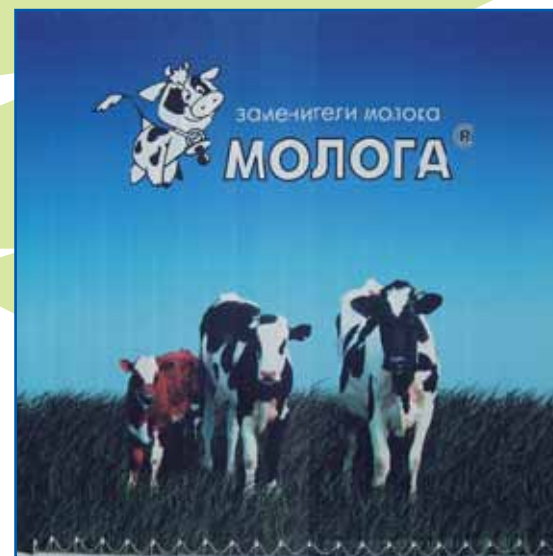
ENG

Sublimation printing is a relatively new but highly demanded approach for imprinting on surfaces. Equipment used may vary, depending on the task. "GMP Saint-Petersburg" Company tells how to select the proper machinery and consumables in accordance with your requirements.



ВСЕ ГЕНИАЛЬНОЕ ПРОСТО!

Внимание! Появился новый вид рекламного носителя. Это жалюзи.



Я сегодня побывал в компании, которая занимается изготовлением полноцветных жалюзи, и видел, как это все выглядит. И выглядит это все очень и очень неплохо. Видел обычные жалюзи, но не бело-пыльного уже надоевшего цвета, а голубые с рыбками из диснеевской «Русалочки». Рядом другие с вполне читаемым и символом какой-то фирмы. И я подумал: «Почему до этого никто не додумался раньше?» Действительно, ведь это так просто – чем покупать картину для оформления офиса или заказывать рекламный щит, можно напечатать изображение на жалюзи.

Это прекрасное решение и для наружной рекламы и для оформления интерьера офиса. Потому что:

1) У жалюзи достаточно большой объем (для «наружки» – соизмеримый с рекламным щитом, для интерьера – с большим панно); 2) Их можно легко менять хоть каждый месяц; заменять только ламели (т.е. сами тканевые полоски), а карниз оставлять на месте; 3) Пока жалюзи с изображением еще не распространены, они точно будут обращать на себя внимание (сами посудите, насколько это важно для рекламы); 4) Места в окнах вообще очень удобны, а жалюзи с изображением будут смотреться намного лучше, чем бумажные плакаты, приклеенные с внутренней стороны стекла.

Итак: новое место для рекламы, новая возможность украсить офис, после стерилизации его евроремонт. Новая возможность оформить выставочные стенды. Оформить приемную в офисе или комнату для переговоров в корпоративных цветах. И многое, многое другое. Изображение на жалюзи можно сделать односторон-

ним и двухсторонним – на улицу будет выходить одно изображение, а внутрь офиса другое. И напечатать на них можно практически все что угодно. От фотографии любимого пейзажа или любимого человека – для интерьерных жалюзи, до рекламы, на которой будет четко виден текст и все телефоны. Не удивительно, если завтра в окнах всех магазинов появится знакомая фраза: «Место для Вашей рекламы», а офис, куда ты приехал на встречу, можно будет узнать не только по вывеске, но и по корпоративным цветам в окнах. Поэтому лучше сделать рисунок на жалюзи уже сегодня, чтобы завтра не оказаться единственной «вороной с белыми жалюзи» на всей улице. Сегодня, то есть сейчас.

Компания «Цветной Мир» может предложить Вам на выбор любые варианты более четырех с половиной тысяч цветов для оформления жалюзи Вашими корпоративными цветами. Это одна из немногих компаний в России с такими возможностями. Их каталоги говорят сами за себя. По ним видно, что в «Цветном Мире» могут перенести на жалюзи самый сложный рисунок. От картины Айвазовского, где море сияет тысячами разных оттенков, до фотографий. В общем, эти каталоги «лучше один раз увидеть», чем семь раз читать их описания.

Посмотрев их, Вы поймете, что Ваш индивидуальный заказ может быть действительно каким угодно. Подумайте, не хотите ли Вы оформить окна своего кабинета картинами своих детей? Что бы Вы хотели поместить на окнах, выходящих на улицу? И звоните. В «Цветном Мире» выполнят любой Ваш заказ, доставят новые жалюзи к Вам в офис и заменят ими старые.

Дмитрий Чайкин



ENG

It is hard to find a place for street advertising today, and your office needs decoration as well. Using jalousie for advertising let you kill two birds with one stone. Outside your windows may now look like a real advertising hoarding, while any desirable imprint on the inner surface would liven office up. And, to make life simpler, The Colour World Company offers all types of colour jalousie.



Полноцветные жалюзи

Тел.: (812) 716-82-11 716-21-35 369-17-76
Тел. в Москве: (495) 660-37-22
ООО «Цветной Мир» www.art-jalousie.spb.ru

МЕЙЛЕРЫ. ШКВАЛЬНЫЙ ОГОНЬ ВАШЕЙ РЕКЛАМЫ

Что такое мейлеры?

Мейлеры – это альтернатива обыкновенных писем в конверте, которая была придумана специально для выгоды и удобства людей, занимающихся бизнесом. В частной жизни мейлерами пользоваться не имеет

Мейлеры будут намного дешевле обыкновенных писем для людей, делающих часть своего бизнеса по почте (не нужно тратиться на конверт, марки; и по весу мейлеры тоже легче писем). А так как эта услуга для

то не совсем обычное, например). Опять же – мейлеры избавят Вас от лишних расходов.

4. В том случае, если Вам приходится отправлять очень много корреспонденции. И здесь тоже – преимущество мейлеров в их более низкой, по сравнению с письмами в конверте, цене.

5. Если Вы планируете провести многоуровневую почтовую промоакцию. (Многоуровневый промоакция с помощью мейлеров посвящена целая статья уже на русском языке. Кроме – опять и опять – стоимости мейлеров, автор говорит еще и о том, что с их помощью можно «вовлечь покупателя» в целую игру, т.к. «вариантов сворачивания-разворачивания можно придумать множество, с какими-нибудь хитростями и сюрпризами»).

того, чтобы рассказать, в каких случаях мейлеры более удобны, приходится пользоваться иностранными материалами. На одном из англоязычных сайтов приводятся такие «пять случаев, когда стоит воспользоваться мейлерами»:

1. Когда Вы делаете рассылку людям, которые ожидают Вашего письма, то есть своим постоянным клиентам. С по-

По этим пяти пунктам напрашивается еще один общий вывод о мейлерах. Их использование можно сравнить с залпом шрапнели, когда важно, чтобы выстрел поразил как можно большую площадь. Письмо в конверте – это точечный, снайперский выстрел в конкретную цель (персональное, с обращением, оно явно для этого лучше подойдет).

И еще одно замечание. Все эти «пять случаев» относятся к зарубежной практике. Возможно, когда мейлеры войдут в обращение и в российском бизнесе, русские «пять случаев, когда стоит воспользоваться мейлером» будут другими. Возможно, их будет четыре или десять. Пока же мы можем отталкиваться в основном только от западной практики.

Мейлеры по способу применения и по тому, как они сделаны, делятся на рекламные и персональные. Рассмотрим те и другие чуть подробнее.

Рекламные мейлеры

Это те мейлеры, которые используются для рекламы или промоушн. По количеству листов они могут быть – 1) Открытками; 2) Рекламными мейлерами с одним фальцем (состоят из четырех страниц); 3) С двумя фальцами (из шести и более страниц).

Сворачивать рекламные мейлеры (разумеется, все, открыток, которые сворачивать не нужно) тоже можно несколькими способами, что как раз и имел в виду – «варианты сворачивания-разворачивания» – автор статьи, отрывок из которой я цитировал. В рекламные мейлеры очень часто помещают какое-то вложение, (пробник или дисконтную карту), которое

целевую аудиторию – «КОМУ» – Вы представляете нечетко. В этом случае мейлеры (рекламные) просто-напросто избавят Вас от лишних расходов.

3. То же самое, когда Вы хотите предложить по почте какой-то товар или услугу, в которых Вы не уверены на все сто процентов (что-



смысла. Даже если Вы отправляете по работе небольшую партию писем, лучше воспользоваться стандартной формой письма. Но вот если корреспонденции у Вас много, если Вы предлагаете свои товары по почте или проводите многоуровневые почтовые промо-акции, – значит, мейлеры были придуманы специально для Вас.

Что же это такое? Когда вводишь



мощью персональных мейлеров (см. ниже) можно посылать им, например, информацию о появлении новинок продукции, начале новых сезонов или распродажах.

2. Когда, наоборот, Вам нужно сделать рассылку, но



английскими буквами слово mailer, английские интренет-словари выдают такое определение: «Мейлеры – все, что может быть послано по почте без конверта. Сюда входит: свернутые брошюры, письма-рассылки, каталоги, деловые анкеты и многое другое». Т.е. мейлер – брошюра, которая сама и является конвертом. Как улитка, которая носит на себе свой домик, мейлер в свернутом виде представляет собой письмо, которое можно послать по почте, в развернутом – листовку, брошюру, все что угодно (в зависимости от типа мейлера).

Почему мейлерами пользоваться выгодно и удобно?



лучше приклеить внутри мейлера для лучшей сохранности.

А теперь представьте – Ваш клиент (или будущий клиент) получает письмо, разворачивает его, и у него в руках оказывается Ваш рекламный буклет на шести страницах, да еще и с пробником. Сюда же может входить оплаченный мейлер для обратного ответа на перфорации, чтобы проще было им воспользоваться. А дизайнерское решение рекламного мейлера может быть самым что ни на есть неожиданным. Цель такого мейлера в том, чтобы его развернули и прочитали, а какими средствами это будет достигнуто... Я читал о случае, когда в Америке рекламные мейлеры кабельного телевидения ужасов посылались с надписью: «Осторожно, внутри паук». И внутри их действительно были мертвые пауки.

Размер же рекламного мейлера, если Вы, конечно, отправляете его по почте, а не с курьером, регламентирован российскими почтовыми правилами. Открытка размером не более 120 на 235 мм и весом не более 20 грамм посылается по тарифам почтовой карточки. А буклет – в сложенном виде размером не более 229 на 324 мм и весом до 100 граммов отправляется по тарифам письма. Размер же и форма рекламного мейлера, отправляемого с курьером зависит только «от Вашей фантазии». Я слышал о мейлерах в форме звезды, свитка, треугольника – и это, наверное, не предел.

Персональные мейлеры

Используются не в рекламных целях, поэтому могут

быть оформлены проще. Их употребляют для послышки: «...выписки, счета на оплату, бланка заказов, уведомления, кредитного извещения, доверенности, лицензии...», то есть для любой деловой корреспонденции, не имеющей прямого отношения к рекламе и промоушн.

Очень часто персональный мейлер делается так, что получатель может сразу же на него ответить (очень удобно, например, для деловой анкеты). К нему может присоединяться с помощью перфорации или другой мейлер для ответа, или конверт, если ответ должен быть более развернутым. В персональный мейлер, как и в рекламный, можно сделать вложение, а заклеивается он так же как и рекламный, с помощью самоклеящейся ленты или клея повторного действия.

У нас

На российском рынке мейлеры появились недавно. Цель нашей статьи – представить их российским бизнесменам и рассказать в целом об их возможностях и типах. Насколько у нас это получилось – судить Вам. А если Вы этой услугой заинтересовались – то, несмотря на то, что это новинка, на российском рынке уже есть компании, готовые ее предоставить.

Михаил Вишневский

ENG

Mailers – are the posting materials, which could be mailed with no envelope while folded, but become booklets, catalogues, questionnaires, etc. when unfolded. They were recently introduced in Russia, and the goal of this publication – is to tell potential users about mailers' purposes, advantages (low cost, high information capacity, etc.), and their appropriate use (bulk posting, etc).



Рекламные мейлеры
Отправляются по почте
без конверта

WWW.PRINTMAILER.RU

165 руб.

за 6-ти страничный мейлер евроформата с полноцветной печатью на мелованной бумаге 130 г/кв.м, заклеивание двумя наклейками и нанесение адреса

Цена указана при тираже 100 000 экз. без учета стоимости допечатных работ

(495) 784-79-99

ЭКОНОМИТЬ ВРЕДНО

Что для Вас главное: цена или качество? Как ни печально – цена. Когда заказываете полиэтиленовые или бумажные пакеты, Вам хочется найти самый дешевый вариант. Только потом начинаете думать, почему полиэтиленовые пакеты невыносимо пахнут. Да потому, что вы решили сэкономить 2-3 цента и Ваши пакеты отпечатали дешевой краской. Не надо верить в то, что они полежат немного и запах пропадет. Сколько они будут лежать, столько и будут распространять ужасные миазмы. И это еще не все – краска, к тому же, долго сохнет, вследствие чего пакеты очень часто склеиваются между собой. А бывает и наоборот, когда краска просто осыпается с пакетов. Здесь две причины: 1) нет активации или она закончилась; 2) краска не предназначена для печати пакетов.

Часто встречающиеся претензии – плохие совмещения. К сожалению, на полиэтиленовых пакетах трудно добиться идеальных совмещений, так как их печатают, в основном, на однокрасочных станках. Положить дважды одинаково пакет сложно. Чтобы минимизировать дефекты печати, делают технологические захлесты. Учитывайте это при составлении макета.

Никогда не верьте прайсам в Интернете и буклетах, истинную цену заказа Вы узнаете, только получив счет. Многие фирмы просто обманывают, других слов нет. Когда цена стоит 0,18 у.е. за один ПВД пакет 50 мкм, 40*50см, печать 1+0, это, скорее всего, обман. Такие цены были 2-3 года назад.

Мы провели исследование рынка и получили несколько цен. Одна фирма, рьяно рекламирующаяся на Яндекс, дает цену за один пакет 0,22 у.е., а в результате – 480 долларов. В какой системе измерения считали? Как можно 0,22*1000=480. Абсурд! Как такое возможно? Сложный макет? В чем сложность? Непонятно! Плашек нет, раstra нет, 1 краска. Может быть, каждый пакет кисточкой выводят? Ну, тогда это просто даром.

Другая фирма дает цену 0,20 у.е. за пакет. Результат – 6600 рублей за тираж при курсе 30 рублей за 1 у.е., со скид-

кой для агентств. Оказалось, что мелким шрифтом внизу приписана цена за предпечатную подготовку: доставка к ним пакетов, пленки, матрицы и красок. Напишите реальную стоимость пакета, не надо придумывать сверху.

Бывает, что цена нормальная, но 1 у.е. равна евро, 32 или 35 рублям. О курсе вы узнаете только при оплате. Поэтому просите говорить цену в рублях.

У других совсем просто: «Прайс изменился, цены устарели». Реальная цена на самом деле на 50-70 % выше. Цена может устареть в буклете, но на сайте можно было поменять.

Есть цена – шедевр – за один пакет 0,18 у.е. Где подвох? В поле запечатки! Оно всего-навсего 10*10 см. У других не так нагло – просто А4, когда у честных производителей 30*30 см.

Но это еще цветочки! Чтоб узнать цену за бумажный пакет у некоторых фирм, надо быть Ломоносовым и Нострадамусом в одном лице. В прайсовую стоимость может не войти: вырубка, бумага, склейка, картон на подручники и донышко, печать, веревки. Абсурдно, когда рекомендуют высчитать стоимость веревки для ручек, исходя из их длины. Хорошо, что не проси-

ли взвесить и посчитать в граммах. Когда просматриваете расценки на пакеты, для сравнения, Вам, наверное, и в голову не может прийти, что в стоимость бумажного пакета не входит бумага. Или в стоимость полноценного ламинированного пакета не входит ламинация.

Со стоимостью бумажных пакетов пока понятно, что все сложно, а как их производят – гораздо интересней. Большинство фирм занимаются их производством, можно сказать, факультативно, создают не пакеты, а оригами на дому, именно на дому. Прежуд где-нибудь бумагу, где-нибудь отпечатают и везут сборщиком на дом. Предварительно листы никто не бигует, зачем? О штампах тоже речи не идет – и так сойдет. Заключительный этап – собирают пакет под линейочкой или по линейке ложкой. Конечно, с клеем на дому никто возиться не будет, поэтому все клеят на скотч, даже дно. Скотч теряет свои качества при высоких и низких температурах. В результате, дно у пакета, в самый ответственный момент, расклеится. Четкие грани отсутствуют, боковины будут гулять. Хочется сказать, посмотрев на пакет: «Он пьян и не выглажен». На Ваших пакетах могут поесть, попить чай, посядут кошка – чего не бывает в быту.

Ручки у пакетов не должны выскальзывать. Клиент не должен перед выставкой ночью перевязывать ручки сам, делая по три узелка на одном конце. Это следствие того, что производитель купил дешевый шнур или делает пакеты впервые – осваивает новые технологии.

На печатном форуме была размещена заявка: «Нужны пакеты из дизайнерского картона 285 гр., склейка на двусторонний скотч 20 мм по индивидуальному размеру. Тираж 100 штук». Цену, конечно, минимальную. Только какой ширины скотч Вы бы не взяли, пакет все равно расклеится. Без штампа и вырубки не обойтись.

Невозможно искать самый дешевый вариант, при этом надеяться на высокое качество и точные сроки. Дешевый сыр только в мышеловке. Помнить об этом нужно всегда, чтоб не покрывать заказ из своего кармана. Однозначно, прозвучат крылатые фразы: «А что Вы хотели за эти деньги?», «Пакеты не портятся!!!». Виноваты только Вы.

Цены производители не берут с потолка – аренда, оборудование, персонал стоит не дешево. С персоналом в Москве совсем тяжело. Никто не хочет работать руками, только в офисе и за большие деньги – все ищет небо под солнцем. Текучесть кадров на производстве плохо сказывается на качестве. Приходится возвращать кадры, учить работать быстро, а не спать на рабочем месте, создавать комфортные условия работы и следовать статьям КЗОТа.



БУМАЖНЫЕ ПАКЕТЫ

ПОЛИЭТИЛЕНОВЫЕ ПАКЕТЫ

ZOMER
(495) 517-7527
644-38-85

www.zomer.ru

КАРНАВАЛ ВОЗДУШНЫХ ШАРОВ

«Надувательская» традиция продолжается! Уже в третий раз в рамках предстоящего Карнавал-парада на Невском проспекте состоится Всероссийский Фестиваль Воздушных Шаров. Аэродизайнеры из разных городов приедут в Петербург, чтобы 26 мая показать свое мастерство и побороться за призы. Команды с самого утра будут оформлять площадки в соответствии с темой карнавала, которая в этом году звучит как «Петербург – город солнца». Участникам Фестиваля предстоит создать креативные и интересные работы, которые будут по достоинству оценены жюри. Победители фестиваля будут награждены путевками на карнавал в теплую страну, а также денежными призами.



Фестивали интересны не только участникам, но и посетителям. Подобные мероприятия всегда пользуются популярностью. Мы очень надеемся, что и в этом году команды порадуют зрителей и покажут, в чем они преуспели за минувший год.

Гусева Александра

ENG

"Blow up" becomes traditional! Air-designers from the whole country will present their skills in balloon composition on The Third Russian Balloon Festival in St.Petersburg. Low manufacturing cost, usability and enormous variety in designs make balloons an excellent advertising material. And what's more, every Festival becomes a real show for both, participants and visitors.

Работа с воздушными шарами – это настоящее искусство. Раз за разом, благодаря умелым рукам и творческим умам, появляются удивительные и уникальные работы. Фестивали воздушных шаров очень важны для развития оформительского бизнеса. Участвуя в них, аэродизайнеры учатся и делятся своими секретами. В России аэродизайн востребован уже 10 лет. И профессионализм, и творческий потенциал наших мастеров не уступает мировым лидерам, что каждый год доказывают российские команды на международных конкурсах и фестивалях.

Воздушные шары – специфический, уникальный материал. В оформлении используются обычные шары и парящие в воздухе гелиевые гирлянды, огромные панно с рисунком, грандиозные надувные трубы, – всего не перечислишь. Воздушный шар стал чудом, которое превращает любой день в праздник. «Шаровой» материал значительно дешевле традиционного декора. Для изготовления фигур из нескольких тысяч шаров требуется работа 8-10 оформителей.



Европа уно трейд

★ Рекламная печать на шарах

★ Оформление воздушными шарами и бумагой

Звоните: (812) 604-4435, 604-4436
(495) 748-01-77, 8-800-200-0014

www.balloons.spb.ru
www.SHARIK.ru

BEWARE OF SAVING

ENG "Zomer" Company, a manufacturer of the paper and plastic bags on the Russian market, reveals the secrets of production. "Zomer" warns a potential customer against buying poor quality goods. What to pay attention to, which dangers hide in the price formation system? Company's experts will clarify it for you.

СУВЕНИРЫ – ДЕЛО ТОНКОЕ ИЛИ КАК ИЗБЕЖАТЬ СТАНДАРТНЫХ ОШИБОК

Начну с самого главного. Так как же все-таки выбрать поставщика?

Фирм-поставщиков сувенирной продукции очень много. Их десятки, если не сотни. И каждая заявляет о своих преимуществах, надежности и исключительности. Как же сделать между ними свой выбор?

Во-первых, не огорчаться и не поддаваться панике. Во-вторых, отвести пару дней в своем плотном рабочем графике этому вопросу и, что называется, «сесть на телефон». В-третьих, расслабиться, налить чашечку

проводить рассчитанные комбинации. В моей практике был такой случай: я устроилась на работу менеджером по рекламе и должна была познакомиться с поставщиком сувенирной продукции, с которым моя фирма уже имела дело. Когда я позвонила им, то была шокирована – девушка на том конце провода говорила без остановки. Она даже не говорила – она тараторила. Я не могла вставить ни слова, хотя сама не из робкого десятка. Но по-настоящему плохо мне стало чуть позже, когда я пришла к ним в офис выбрать и

сувениров, что прослужат они верой и правдой 100 лет. Да этого и не надо по большому счету. Но поговорить о качестве с менеджером фирмы-поставщика все-таки стоит! Поверьте, если Ваши отношения с поставщиком действительно надежны, и он не хочет Вас попросту обмануть, то менеджер фирмы-поставщика по-настоящему поможет Вам в выборе! Серьезная и профессиональная фирма, как правило, очень внимательно выслушивает все предложения и замечания своих заказчиков. Если с продукцией был какой-



ароматного кофе и приготовиться к приятному общению с менеджерами фирм-поставщиков сувенирной и представительской продукции.

Я бы посоветовала вести отбор по следующим критериям:
- **выбирайте дилера (это показатель активности и большого опыта);**

- **уточняйте вопрос персонализации (делает ли фирма все виды нанесения, иначе придется побегать в поисках другого подрядчика);**

- **доверяйте своим чувствам – нравятся ли вам общаться с человеком на другом конце провода или нет (конечно, это не основной показатель при выборе фирмы, но тоже важный момент).**

Доверять своим чувствам не менее важно в бизнесе, чем

заказать промо-сувениры. Выйдя оттуда, я очень хорошо знала, как зовут ее любимую собачку, какие отвратительные шашлыки готовят в новом загородном ресторане и много прочей ненужной информации, но голова у меня была совершенно «квадратная». Развитие событий не трудно предугадать. Получилось как в старом анекдоте – «Ну не смогла я...». Вскоре я нашла другую фирму с таким же уровнем цен и сроками поставки.

Животрепещущий вопрос: качество сувенирной продукции. Всю сувенирную продукцию условно можно разделить на категории: «Промо», «Бизнес», «VIP». Уровень цен – соответствующий названиям. Конечно, не стоит ждать от промо-

то «прокол», то вряд ли Вам ее посоветуют. Более того, в хорошей фирме Вам должны сами помочь подобрать сувениры соответственно Вашему бюджету и корпоративным цветам. Это тоже важный момент при выборе поставщика. Если менеджер явно не настроен перелопатить ради Вас все каталоги, то это дурной признак. Бегите!

«Когда передо мной встал вопрос поиска сувенирки к выставке, – делится своим опытом менеджер по рекламе фирмы «Фаворит» Ольга Рутковская, – мне пришлось обойти несколько поставщиков. Я измучилась, так как чаще всего мне говорили: «Вот Вам каталоги, ищите!» Передо мной появлялись по 7-10 каталогов, по 200-300 страниц каждый! Голова кругом. Цен нет. Выбираю, считаем с

менеджером поставщика – дорого. Снова листаю... И так несколько раз. На мое счастье, попалась мне приятнейшая во всех отношениях девушка. Выслушав мои пожелания, она подобрала мне сувениры и подготовила несколько вариантов с точным подсчетом. Профессионально и оперативно. Мы сотрудничаем с этой фирмой по сей день, а с менеджером – подружились!»

Это страшное слово – брак. Я имею в виду брак при нанесении персонализации. Спрашивайте, перекладывает ли брак фирма-поставщик, если он произошел не по Вашей вине. Некоторые фирмы (да-да, есть и такие сегодня) предлагают Вам взять то, что получилось, со скидкой. Ну не берут они на себя расходы по переделке и все тут!

Очень важный момент: внимательно смотрите макет, который Вам присылают на утверждение. Если Вы чего-то недоглядели, но подписали, то при получении заказа Вы не сможете предъявить претензии. Ведь подписанный макет – это официальный документ!

И конечно, претензии вроде того,

что: «а я себе это не так представил...» не будут удовлетворены.

Доставка. Есть фирмы, которые доставят Ваш заказ бесплатно. Другие доставят его, если сумма Вашего заказа не ниже определенного уровня (например, больше 6000 рублей). Третьи – не доставляют вовсе. Если для Вашей фирмы этот вопрос важен (например, ограничен автомобильный парк), то не забывайте уточнять его при первом разговоре!

Последний момент – это наличие профессионального дизайнера у фирмы-поставщика. Менеджер по рекламе и связям с общественностью фирмы «Пэрис» Ольга Терентьева говорит, что она недавно столкнулась с такой проблемой – своего дизайнера нет, и поэтому создание макета она поручила «специалисту» фирмы-поставщика сувенирной продукции. Ее уверили, что не будет никаких проблем. На деле же, ей предоставили только один вариант макета, который привел Ольгу в ужас. А переделывать его фирма отказалась даже за деньги. Объяснили это так: «Вы представляете, сколько

у нас заказчиков? И если каждому мы будем перерисовывать, то вылетим в трубу». Ольга пришлось искать другого дизайнера. А это – время, дополнительные деньги...

Вывод:
- **уточняйте, имеет ли фирма своего дизайнера;**

- **просите портфолио. У любого поставщика, уважающего себя, свою репутацию и своих заказчиков, всегда есть образцы работ, которыми можно гордиться.**

От себя пожелаю – ни пуха, ни пера. Выбор поставщика – это своего рода лотерея. Но выиграть в ней может помочь упорство и труд!

ENG

Despite the abundance of the souvenir suppliers, it is not always easy to find the best company. Which pitfalls one may encounter, what to pay a special attention to while discussing an order? The article brings a list of suggestions based on the author's personal experience.

Рекламно-производственная фирма «ПОНИ»

- * Сувениры по каталогам (дилеры каталогов «Проекта III» и «Happy Gifts» и поставщиками сувениров по каталогам «Океан», «Галерея элитных подарков», «Оазис», «Оазис эксклюзив», «Калейдоскоп»);
- * Изготовление продукции по индивидуальному дизайну: ароматизаторы, магниты, пакеты, пазлы, значки и многое другое;
- * Помощь в подборе сувениров и подарков («Промо», «Business», «VIP»);
- * Комплексное обслуживание (сувениры с персонализацией в едином стиле);
- * Минимальные сроки изготовления заказа
- * При заказе от 6000 рублей доставка в пределах города бесплатна
- * Изготовление пробного образца для большинства способов нанесения



- * Собственное производство ежедневников и деловой галантереи ТМ «Адьютант»®;
- * 35 видов (в том числе 7 кожаных) переплетных материалов из Италии, Голландии, Австрии, России. Самая широкая цветовая гамма – 114 цветов! Выпущен каталог коллекции 2008 года! Новинка сезона – персонализация кристаллами.
- * Календари и бумажно-беловая продукция (квартальные, настольные, настенные, многолистовые, карманные, пластиковые);
- * Кубарики, кубарики со свосом, кубарики-трансформеры, планшеты для письма, клеевые листы Post-it, блокноты, блокноты для флешкарт, блокноты на магните, пазлы, папки и др.
- * Полиграфические услуги «под ключ»;
- * Собственная печатная машина DocuColor 240/250.
- * Дизайн-студия, профессиональная корректура.

198095, г. Санкт-Петербург, ул. Маршала Говорова, дом 35, бизнес-центр «Желтый угол», офис 405
Телефон/факс: (812) 324-71-31
e-mail: sale@poni.spb.ru
Интернет: www.ponispb.ru, www.adjutant.ru



ДЕН СТРОЙ РЕКЛАМНО-ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ

www.denstroy.ru
e-mail: info@denstroy.ru

Изготовление вывесок
Световые короба
Объемные буквы
Крышные установки
Неоновые технологии

Архитектурные макеты
Широкоформатная печать
Фрезерно-гравировальные работы
Плоттерная резка
Дизайн
Вакансии:
-начальник производства
-художник-дизайнер

НИКОНЕЛЬ
Универсальная

Современное молодое производственное предприятие в области компьютерной вышивки и изготовления авторских головных уборов. Фуражки, шляпы, бейсболки, банданы, вязанные шапочки с символикой.

Телефоны: (3952) 201-834; (3952) 203-704
www.nikonel.ru
mail@nikonel.ru

Конфеты, дрели, люстры, станки...-это не означает, что мы беремся за что попало, просто мы можем - ПОЧТИ ВСЕ!

6 причин работать с нами:

- гарантированный оперативный сервис
- профессионализм сотрудников
- богатый накопленный опыт
- короткие сроки исполнения заказов
- вкусный дизайн
- всегда хорошее настроение!

ART4YOU DESIGN & PRINTING

(495) 787-9344/787-9328/783-0455/www.mura.ru

ART&C

ПОЛИМАГНИТ ПРЕДЛАГАЕТ
гибкий листовый магнитный материал и магнитная лента для полиграфии, сувенирной и рекламной продукции

МАГНИТНЫЙ ВИНИЛ - перспективный материал для производства рекламы:
- безукоризненно держится на любых металлических поверхностях;
- прост в использовании и обработке;
- поставляется в виде гибких полимерных листов толщиной 0,25 - 3,0 мм;

МАГНИТНАЯ ЛЕНТА:
- соединяет отдельные фрагменты в одну целую картину без видимых швов;
- позволяет быстро и многократно осуществлять сборку рекламных стендов;
- выпускается шириной 12,7 и 25,4 мм, с самоклеющейся поверхностью, для внутренних и наружных работ;

e-mail: magnet@NdFeb.ru, http://www.NdFeb.ru
тел/факс: (495) 78 78 1 78

ПОРОХ ДЛЯ БИЗНЕС-СУВЕНИРОВ



Времена, когда люди были рады получить любой бизнес-сувенир, прошли. На промо-акциях, где раздают обыкновенные зажигалки или ручки, уже скучно. Теперь и заказчиком и производителям приходится крепко задумываться над тем, как привлечь внимание потенциальных покупателей. И креативный подход при создании бизнес-сувениров становится практически неизбежным.

В самом деле, какой процент времени, отведенного на разработку бизнес-сувенира, уходит на создание идеи? Примерно 10-15%. И, тем не менее, правильная идея – эти десять, пятнадцать процентов – способны стать концептуальной «начинкой» бизнес-сувенира, «порохом», благодаря которому самый обыкновенный объект сможет выстрелить. И наоборот, самый дорогой сувенир или VIP-подарок, самый богатый, может дать осечку, если при его создании не уделить должного внимания творчеству.

Поэтому удивляют компании «со своим штатом дизайнеров», которые об эксклюзивных бизнес-сувенирах пишут одну-единственную фразу. «Создание VIP-сувенира всецело зависит от фантазии заказчика». Для чего серьезному заказчику нужна хорошая фантазия не совсем понятно. Ему важен результат – чтобы его сувенир сработал. А фантазия – это, все-таки, дело дизайнеров.

Эта фраза – о фантазии заказчика – по идее, должна означать: «Конечно, мы привыкли выполнять стандартные заказы и с ними прекрасно справляемся. Но уж если Вы доверите нам эксклюзивный заказ, то попытаемся развернуться за счет Вашей фантазии...».

И, к сожалению, немного компаний, которые скажут: «Мы понимаем важность технической стороны дела, но занимаемся творчеством нам намного интереснее. И мы любой заказ, если получим на это добро, постараемся выполнить максимально творчески».

На мой взгляд, такая позиция более правильна. Бизнес-сувениры и подарки – это сфера, которая достаточно близко подходит к искусству. По сути дела, все знаменитые подарки прошлого, которые сейчас находятся в музеях, когда-то были обыкновенными сувенирами, только очень высокого класса. Точно также и в наше время: в искусстве популярны концептуальные акции, а в бизнесе используют промо-акции для продвижения товаров. В искусстве ценятся неожиданные ходы, от которых у зрителя на секунду должно перехватить дыхание, в бизнес-сувенирах – тоже.

Еще на сайтах бизнес-сувенирных компаний нередко встречается такой совет: «...перед тем, как заказывать бизнес-сувениры, сядьте и хорошо подумайте о том, что же Вам нужно...». Совет хороший, честное слово. Действительно лучше подумать и заказать 100 ручек, которые будут сделаны или розданы так, что их запомнят, чем заказывать 10000 ручек с нанесением, на которое никто не обратит внимания. А вот на вопрос как сделать их такими, чтобы они запомнились, квалифицированно смогут ответить только сами дизайнеры и только в момент заказа. Каких-то определенных правил тут нет.

Можно как-то обыграть упаковку товара. В статье про футболки, например, в прошлом номере нашего журнала

«Лидер», рассказывалось о том, что футболки прекрасно можно упаковать в пакеты из-под кефира для промо-акции молочной компании. Это будет неожиданно и с юмором. У такого бизнес-сувенира есть все шансы, чтобы запомниться.

Можно также нанести логотип или надпись не совсем обычным способом или выбрать для них не совсем обычное место. Одна фирма, например, для своих заказчиков, занимающихся производством гвоздей, изготовила такой бизнес-сувенир: обычная доска, в которую вбиты гвозди, составляющие цифру 1. И эти сувениры пользовались у клиентов заказчика большой популярностью.

Идея может заключаться в чем угодно – в изменении привычной формы объекта, в неожиданной подаче. В конце концов, даже самый обыкновенный бизнес-сувенир может стать необычным, если к нему присоединить правильный текст. И в этом, как ни странно, можно учиться у поэтов – они даже когда букет цветов посылали, сопровождали его стихами.

Способов сделать объект интересным много. Хороший дизайнер – это человек, который может посмотреть на обычный объект (бизнес-сувенир, в частности) с необычной точки зрения. А необычный дизайн – это способ показать в объекте какую-то сторону, которой другие раньше не видели (и после этого уже работает логотип или слоган заказчика). Чтобы клиент подумал: «Ишь-ты, до чего додумались. Нужно обязательно обратиться к ним еще раз».

Михаил Вишневецкий

ENG

Gunpowder for business souvenirs

"If there is a rifle hanging on the back wall in the first act of play, - as Anton Chekhov has written - it will definitely shoot in the fifth". If you decided to present a business gift or use business souvenir in a promo action - it should "shoot" with unexpected creative idea to be more effective. May be it's not the main goal of a business-souvenir but a very valuable one. And now Russian souvenir designers begin to show more and more consideration of such things.



ДОРОГОЙ ДИЗАЙНЕР!

ART4YOU

ХУДОЖЕСТВЕННО-ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ СТУДИЯ

(495) 508 51 51, (495) 135 83 01
www.art4you.ru

НАШИ МАСТЕРА ТОЖЕ ЧЕГО-ТО ДА СТОЯТ

Поговорим о калейдоскопах. На западном рынке бизнес-сувениров этот предмет давно уже очень популярен. Для российского рынка это пока что новинка. Надеемся, что она будет хорошо встречена.

Первый калейдоскоп был изобретен в 1816 году шотландским физиком Дэвидом Брюстером. В общем-то, и до него уже было что-то подобное, но он первый назвал такие предметы «калейдоскопами» (от трех греческих слов – kalos (красивый), eidos(вид) и scope(диапазон, пределы, сфера)) и первый свое открытие запатентовал. После него калейдоскоп преобразовал и тоже запатентовал для него некоторые аксессуары американец Чарльз Буш в 1870 году.

Во времена самого Буша его калейдоскопы стоили всего два доллара; а потом долгое время к калейдоскопам вообще не относились серьезно. Сейчас калейдоскопы Буша стоят очень дорого, и калейдоскоп давно уже не считается только детской игрушкой. Годом их реабилитации можно считать 1980, когда в Америке было создано «Общество калейдоскопов Брюстера». Туда вошли вполне серьезные люди, и с этих пор калейдоскоп вполне серьезно стал считаться предметом искусства. А чуть позже, как Вы, наверное, уже догадались, – «хорошим бизнес-сувениром».

Действительно, калейдоскоп и сам по себе, и как подарок, очень интересен и хорош, а еще в него можно вложить миниатюрный логотип Вашей компании. И он всегда будет «на глазу» у тех, кто в калейдоскоп заглянет. Есть и еще одна очень интересная возможность – мастера могут подо-



брать стеклышки для калейдоскопа только корпоративных цветов Вашей компании. Тогда уже все узоры, как бы они ни сложились, будут напоминать человеку, которому Вы такой калейдоскоп подарите, о Вас.

Возможности того, как сделать калейдоскоп рекламным сувениром, естественно, на этом не ограничиваются. Всегда еще остается корпус, который в настоящих калейдоскопах иногда не уступает своей красотой узорам, видимым внутри.

Это может быть и «классическая» модель (с корпусом из металла обтянутого натуральной кожей), напоминающая по виду скорее настоящую подзорную трубу, а совсем не детскую игрушку. И калейдоскоп на подставке, очень серьезный, – у его глазка можно вполне представить себе ученого. И калейдоскоп – «просто игрушка» – не в смысле детская игрушка, а в смысле очень тонкой работы мастера. Например, калейдоскопы с традиционными русскими миниатюрами, которые делают у нас. Глядя на них, понимаешь, почему создание калейдоскопов считается особым видом искусства.

И на любом корпусе калейдоскопа можно сделать нанесение логотипа, тогда он тоже станет бизнес-сувениром. Некоторые используют их сейчас не только как бизнес-сувениры, но и как инструмент для создания бизнес-сувениров. Печатают открытки, оформленные круглыми фотографиями узоров, и получается довольно-таки любопытный результат. Правда, для того чтобы сфотографировать то, что у калейдоскопа внутри, нужно еще очень, очень постараться. Всегда считалось, что каждый рисунок твой личный, никто, кроме тебя его больше никогда не увидит.

В России калейдоскопы входят в моду на двадцать лет позже, чем на Западе, и пока существует только одна творческая мастерская, чьи калейдоскопы можно сравнить с зарубежными. Но и это уже немало. Тем более ее мастера вводят в оформление своих калейдоскопов национально-русские узоры и пользуются для оформления корпусов материалами, с которыми не умеют так работать на Западе. Например, береста. Все-таки недаром считается, что первый калейдоскоп сделал в России еще Ломоносов до всякого Брюстера. Наши мастера тоже чего-то да стоят.

Михаил Вишневский

ENG

Kaleidoscope is a newcomer to the Russian souvenir market, but its advertising prospective is hard to overestimate. Its case is often a real masterpiece, not to say that filling glass shards could be, for example, of the company's corporate colours. And the magic of those ever-changing patterns would leave none untouched.



БОГАТЕЙШЕЕ МАСТЕРСТВО ФИЛИГРАНИ

Один из древнейших видов художественной обработки металла – скань. Название происходит от древнерусского «скать» – свивать. Ещё эту разновидность ювелирной техники называют филигрань (итальянское слово filigrana происходит от латинских filum – нитка, и granum – зерно). Узор на металле в этой технике выполняется из витой проволоки, и из мельчайших металлических шариков.

На Руси скань известна очень давно – филигранные изделия встречаются ещё в раскопках курганов IX века. Современное декоративное искусство наследует и развивает богатейшие традиции прошлого.

Филигрань отличается чистотой линий, изяществом отделки. Художники находятся в постоянном творческом поиске. Компонуя узор, художники следят не только за соразмерностью его отдельных частей, за плавностью и красотой изгибов как крупных, так и



шихся филигранью, отнесено к организациям народных художественных промыслов Нижегородской области.

Филигрань – старинная техника художественного промысла, традиция и мастерство которой представляет значительную культурно-историческую ценность.

Игорь Ардамацкий

ENG

The art of filigree

The ancient craft of filigree, or 'skan' how it was called in Russia, is putting tracery made of twisted wire or fine beads on the metal. Developing old traditions, modern masters look for the new motives or material combinations. That is how they began to use the natural precious stones, crystal, enamel, and mother-of-pearl. All the works are manual; therefore, every item is truly unique.

мельчайших элементов, но и за рисунком просветов, поскольку он играет большую роль в построении узора. Очень важно, чтобы орнамент не был перенасыщен, перегружен декоративными деталями.

Художники ищут новые мотивы, сочетания. Так пришли к применению, включению в рисунок природных камней, хрусталя, финифти, перламутра.

Подготовка мастеров такого класса проводится через специализированные художественные училища. Например, Государственное образовательное учреждение среднего профессионального образования «Павловский техникум Народных Художественных Промыслов». Большую роль в обучении таким традиционным исконным промыслам играет наставничество – передача опыта старшими мастерами ученикам.

На сегодняшний день филигрань украшает квартиры многих наших соотечественников и иностранцев. Среди покупателей филигранны – Администрация Президента РФ, Министерство обороны РФ, ОАО «РЖД», ОАО «Газпром», Государственная Дума, областные и городские администрации и другие покупатели.

Сувениры, изготовленные при помощи техники филигранны, есть у великого музыканта М. Ростроповича и его жены певицы Г. Вишневской, а также у политиков – премьер-министров правительств России и Англии.

Преимущество филигранны в том, что, несмотря на сложность и уникальность, эти изделия можно разрабатывать и выполнять достаточно быстро – любые заказы в сжатые сроки, к юбилею, Дню рождения, спортивным соревнованиям.

Филигрань изготавливается только вручную, поэтому каждое изделие уникально.

На основании решения Министерства культуры Нижегородской области одно из предприятий, занимаю-

Казаковское предприятие художественных изделий

Вы всегда можете разместить заказ на разработку и изготовление для своих родных и близких, коллег и партнеров по бизнесу, уникальные сувенирные и подарочные изделия из филигранны, которые прекрасно впишутся в любой интерьер офиса или квартиры.

Это: панно, вазы для конфет и цветов, подстаканники, шкатулки различной величины и конфигурации, наборы чайных ложек, подсвечники, оклады для книг, изделия шерковного направления.

Все виды изделий могут быть исполнены как с символикой, так и без нее.

Телефоны: (83173) 701-74, 701-38.

Адрес: 606166, Нижегородская обл., Вацский район, село Казаково, ул. Заводская, д. 1.

ТВОРЧЕСКАЯ МАСТЕРСКАЯ «РУССКИЙ КАЛЕЙДОСКОП»
Единственная мастерская в России по производству калейдоскопов

- Ручная работа
- Неизменное качество
- Уникальный стиль

Производство калейдоскопов под заказ, нанесение логотипа. Тиснение, лазерная гравировка. Подарочная упаковка.

г. Москва, Нижняя Сусальный пер. д.5
тел./факс (495) 777-0297; (495) 777-0298

www.ruskaleido.com



Галерея Подарков

Gifts gallery

НОВАЯ
КОЛЛЕКЦИЯ

ФУТБОЛКИ

ПЕЧАТЬ
ПО ТЕКСТИЛЮ



- ЕЖЕДНЕВНИКИ BRUNNEN
- VIP - ПОДАРКИ
- ПРОМО-СУВЕНИРЫ
- П/Э ПАКЕТЫ
- ТЕКСТИЛЬ
- ИСПОЛНЕНИЕ
ЖЕЛАНИЙ

БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ НА ЛЮБОЙ ВКУС

WWW.GI-GA.RU

Тел.: (495) 965-0264, 965-0284, 995-3075,
8-905-549-7510, 8-901-711-1865

Название выставки	Город	Время проведения	Контактная информация
IPSA Winter Show	Москва Центр Международной торговли	30.01.07-01.02.07	anna@ipsa.ru
Pro-dimex	Германия Кельн	31.01.07-02.02.07	www.pro-dimex.com
Пир рекламы/Мир рекламы	Екатеринбург, Уралэкспоцентр	13.02.07-15.02.07	morozova@uralexpo.mplik.ru
Pro-dimex	США Лас Вегас	19.03.07-21.03.07	www.pro-dimex.com
Скрепка-Экспо	Москва Крокус-Экспо	20.03.07-23.03.07	info@apkor.ru
Дизайн и реклама	Москва Крокус-Экспо	20.03.07-23.03.07	mailbox@expopark.ru
CHRISTMASTIME	Москва Крокус-Экспо	20.03.07-23.03.07	elena.lopatina@expopark.ru
Подарки. Весна 2007	Москва Центральный выставочный зал «Манеж»	26.03.07-29.03.07	boris@gifts-expo.com
Печатный двор Сибири	Новосибирск	03.04.07-06.04.07	afanas@sibfair.ru
Реклама и маркетинг	Нижний Новгород	03.04.07-06.04.07	ev@yarmarka.ru
Золотая FISHка	Ростов-на-Дону Плаза-Экспо	04.04.07-06.04.07	pr@plaza-expo.ru
V элемент. Рынок рекламы	Ростов-на-Дону ВЦ «Ростэкс»	19.04.07-21.04.07	rostex@aanet.ru
Всемирная выставка подарков	Гонконг	28.04.07-01.05.07	moscow.consultant@tdc.org.hk
Реклам-Экспо	Кемерово Экспосибирь	29.05.07-01.06.07	lebedeva@exposib.ru
Реклама и информация	Санкт-Петербург Пенэкспо	30.05.07-01.06.07	advert1@mail.lenexpo.ru
Фестиваль рекламы и дизайна «Байкал-Арги»	Иркутск СибЭкспоЦентр	06.06.07-09.06.07	info10@sibexpo.ru
Город мастеров	Казань Казанская ярмарка	лето 2007	itomilina@yandex.ru

Если Вы хотите, чтобы информация о Вашей выставке появилась в разделе «Календарь выставок» нашего журнала, отправьте запрос по электронной почте: info@iapp-spb.org